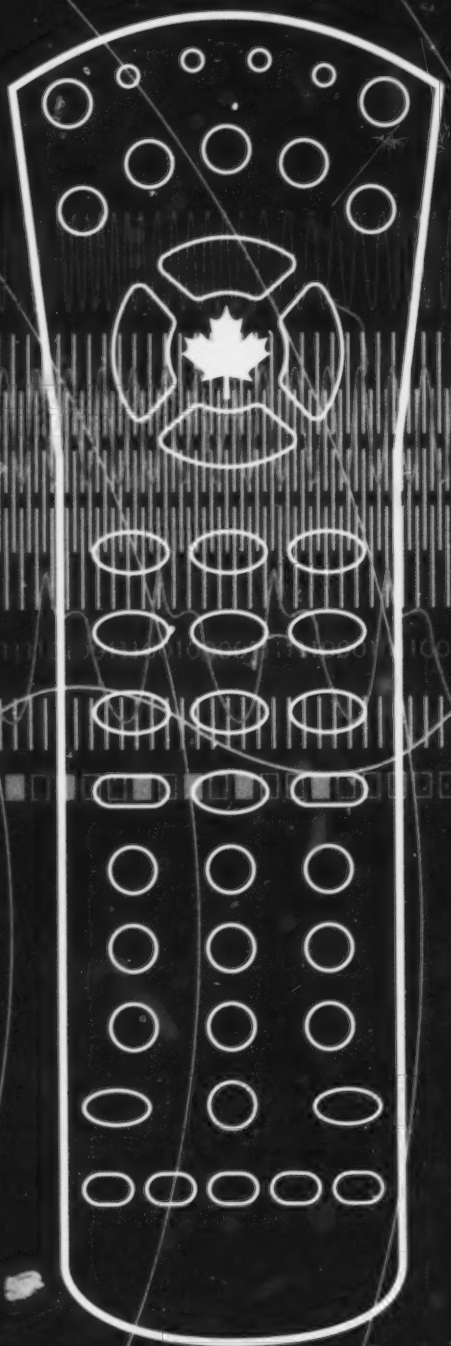
NOTRE SOUVERAINETÉ CULTURELLE

Le deuxième siècle de la radiodiffusion canadienne

Comité permanent
du patrimoine
canadien

Clifford Lincoln, député
président



Chambre des communes
CANADA

Juin 2003

Le Président de la Chambre des communes accorde, par la présente, l'autorisation de reproduire la totalité ou une partie de ce document à des fins éducatives et à des fins d'étude privée, de recherche, de critique, de compte rendu ou en vue d'en préparer un résumé de journal. Toute reproduction de ce document à des fins commerciales ou autres nécessite l'obtention au préalable d'une autorisation écrite du Président.

Si ce document renferme des extraits ou le texte intégral de mémoires présentés au Comité, on doit également obtenir de leurs auteurs l'autorisation de reproduire la totalité ou une partie de ces mémoires.

Les transcriptions des réunions publiques du Comité sont disponibles par Internet : http://www.parl.gc.ca

En vente : Communication Canada — Édition, Ottawa, Canada, K1A 0S9

103-06319/

Notre souveraineté culturelle

Le deuxième siècle de la radiodiffusion canadienne

Comité permanent du patrimoine canadien

Clifford Lincoln, député
Président

Juin 2003

Comité permanent du patrimoine canadien

Président

Clifford Lincoln, député	Lac-Saint-Louis

Vice-présidents

Jim Abbott, député	Kootenay-Columbia
Paul Bonwick, député	Simcoe-Grey

Membres

Carole-Marie Allard, députée	Laval-Est
Sarmite Bulte, députée	Parkdale-High Park
Liza Frulla, députée	Verdun-St-Henri-St-Paul-Pointe Saint-Charles
Christiane Gagnon, députée	Québec
John Harvard, député	Charleswood-St. James-Assiniboia
Loyola Hearn, député	St. John's-Ouest
Wendy Lill, députée	Darmouth
Dennis Mills, député	Toronto-Danforth
Alex Shepherd, député	Durham
Chuck Strahl, député	Fraser Valley

Anciens membres du comité ayant participé à l'étude

Roger Cuzner, député	Bras d'Or-Cape Breton
Claude Duplain, député	Portneuf
Roger Gallaway, député	Sarnia-Lambton
André Harvey, député	Chicoutimi-Le Fjord
Betty Hinton, députée	Kamloops, Thompson and Highland Valleys
Grant McNally, député	Dewdney-Alouette
Shawn Murphy, député	Hillsborough
Tony Tirabassi, député	Niagara-Centre

Greffière du comité

Christine Fisher

Du service de recherche de la bibliothèque du parlement

Dr. Joseph Jackson, analyste principal
Dr. Terrence Thomas, analyste
Sam Banks, analyste
Alan Cofman, stagiaire

Consultant principal

David M. Black

Experts conseils

Dr. Marc Raboy
Dr. David Taras

LE COMITÉ PERMANENT DU PATRIMOINE CANADIEN

a l'honneur de présenter son

DEUXIÈME RAPPORT

Conformément à l'article 108(2) du Règlement, le Comité a étudié l'État du système canadien de radiodiffusion et présente ses conclusions et recommandations.

Table des matières

PRÉFACE DU PRÉSIDENT xv

Partie I CONTEXTE

Chapitre 1 : Introduction 3

A. Le deuxième siècle de la radiodiffusion canadienne 3
B. La Loi sur la radiodiffusion et les mécanismes directeurs du système 7
C. Les émissions canadiennes 8
D. La radiodiffusion publique et sans but lucratif 9
E. Le secteur privé 11
F. La radiodiffusion communautaire, locale et régionale 13
G. La propriété 14
H. Prédire l'avenir 15
I. Notre souveraineté culturelle 17
J. Le rapport du Comité 19

Chapitre 2 : Historique de la réglementation 23

A. La Loi sur la radiodiffusion et les principes de sa politique publique 40
B. Évaluation du système de radiodiffusion du Canada 45

Chapitre 3 : L'évolution des technologies de la radiodiffusion 49

A. Concepts clés de la radiodiffusion 49
B. La révolution numérique 55
C. Prédictions et questions émergentes 68

Chapitre 4 : Fragmentation de l'auditoire 75

A. Qui est à l'écoute? 76
B. La révolution Internet 110
C. Les défis clés 122

Partie 2 ÉTAT DU SYSTÈME

Chapitre 5 : Programmation canadienne 127

A. Introduction 127
B. Politique canadienne de la programmation télévisuelle : 1952-1999 130
C. Politique canadienne de programmation télévisuelle : de 1999 à aujourd'hui 134
D. Définir le contenu canadien 140
E. Aide financière 145
F. Ce que le Comité a entendu 157
G. Solutions proposées 169
H. Conclusion 185

Chapitre 6 : Le radiodiffuseur public national 189

A. Perspectives internationales 190
B. Société Radio-Canada 195
C. Ce que les témoins ont dit 209
D. Solutions proposées 227

Chapitre 7 : Radiodiffusion sans but lucratif 241

A. Services nationaux 241
B. Services internationaux 249
C. Radiodiffuseurs éducatifs provinciaux 252
D. Conclusion 261

Chapitre 8 : Le secteur privé 269

A. Taille et portée du secteur privé 270
B. Production indépendante 272
C. Radiodiffuseurs 285
D. Télévision 301
E. La distribution 324
F. Publicité 340

Chapitre 9 : Radiodiffusion communautaire, locale et régionale ... 353

A. Radiodiffusion communautaire ... 355

B. Radiodiffusion locale ... 372

C. Radiodiffusion régionale ... 381

D. Solutions proposées ... 387

Chapitre 10 : Radiodiffusion autochtone et du Nord ... 401

A. Contexte ... 401

B. Ce que les témoins ont dit ... 404

C. Solutions proposées ... 409

Partie 3 MAINTIEN D'UN SYSTÈME UNIQUE

Chapitre 11 : La propriété ... 415

A. Règles actuelles en matière de propriété s'appliquant aux radiodiffuseurs et aux distributeurs canadiens ... 415

B. Propriété des médias électroniques au Canada ... 421

C. Propriété étrangère ... 444

Chapitre 12 : La transition au mode numérique ... 461

A. Renseignements généraux ... 462

B. Ce que les témoins ont dit ... 464

C. Solutions proposées ... 477

Chapitre 13 : Droit d'auteur ... 487

A. Qu'est-ce que le droit d'auteur? ... 487

B. Droits de télécommunication ... 488

C. Droits de retransmission ... 489

D. Licences obligatoires ... 490

E. Retransmission par Internet ... 490

F. Droits connexes ... 495

G. Enregistrements éphémères 496
H. Conclusion 499

Chapitre 14 : Internet 501

A. Comment les lois et les politiques actuelles s'appliquent-elles? 502
B. Ce que les témoins ont dit 510
C. Conclusion 519

Chapitre 15 : Accès 523

A. Sous-titrage codé pour malentendants 523
B. Services pour malvoyants 530
C. Solutions proposées 534
D. Autres problèmes d'accès 536

Chapitre 16 : La télévision par satellite au Canada, marché noir et gris 543

A. La technologie 543
B. Application des lois existantes 544
C. Pourquoi le marché gris existe-t-il? 545
D. Comment fonctionne le marché gris? 547
E. Le « marché gris inverse » 558
F. La question du prétendu « marché satellitaire bleu » 560
G. Contestations éventuelles 562

Chapitre 17 : Mondialisation et diversité culturelle 567

A. Stratégies d'exemption culturelle et ententes internationales 567
B. Coopération et coordination internationales en matière de réglementation de la radiodiffusion 576
C. Diversité culturelle 578

Partie 4 : ORIENTATION DU SYSTÈME

Chapitre 18 : Nominations et conflits d'intérêts 593

A. Contexte 593
B. Ce que les témoins ont dit 599
C. Le processus de nomination en Australie 604
D. Le processus de nomination au Royaume-Uni 607
E. Solutions proposées 611

Chapitre 19 : Gouvernance et imputabilité 617

A. Introduction 617
B. Gouvernance 618
C. Imputabilité 623
D. Ce que le Comité a entendu 625
E. Orientations futures 627
F. Politiques, définitions et objectifs 629
G. Le mandat des organismes clés 632
H. Le mandat de l'autorité de réglementation 634
I. Mesure et production de rapports 646
J. Surveillance du système canadien de radiodiffusion 652

Chapitre 20 : Conclusion 657

POSTFACE DU PRÉSIDENT 667

ANNEXES

Annexe 1 : Liste des recommandations 671

Annexe 2 : Mandat 691

Annexe 3 : Loi sur la radiodiffusion, 1991 699

Annexe 4 : Chronologie des événements marquants de la radiodiffusion canadienne 747

Annexe 5 : Glossaire 781

Annexe 6 : Progrès dans le domaine des technologies de radiodiffusion 789

Annexe 7 : Bref historique d'Internet 793

Annexe 8 : Bref historique de la politique relative au contenu canadien 795

Annexe 9 : Programmes de financement de la télévision canadienne 801

Annexe 10 : Études antérieures sur la SRC 817

Annexe 11 : Autres services canadiens de radiodiffusion 821

Annexe 12 : Mandat des groupes d'experts chargés de l'examen de la propriété 829

Annexe 13 : Instructions au CRTC (Inadmissibilité de non-canadiens) 831

Annexe 14 : Propriété croisée au Canada 837

Annexe 15 : Mandat des groupes d'experts chargés de l'examen de la diversité 839

Annexe 16 : Questionnaire sur l'activité politique (R.-U.) 841

Annexe 17 : Liste des sources des figures 843

Annexe 18 : Rapports de recherche commandés 849

Annexe 19 : Équipe de recherche et de soutien 851

Annexe 20 : Liste des témoins 853

Annexe 21 : Liste des mémoires 879

Annexe 22 : Endroits visités 887

APPENDICES

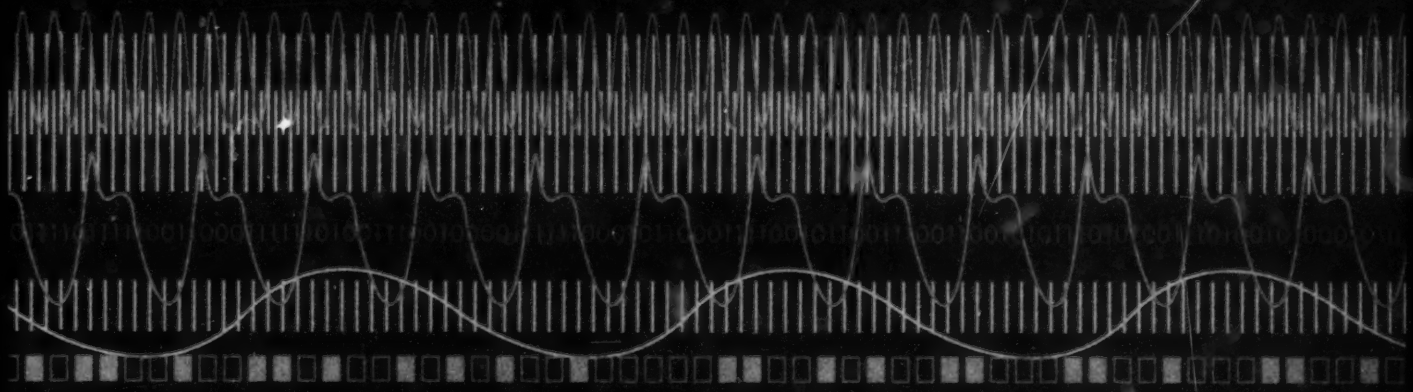
Demande de réponse du gouvernement 893

Opinion dissidente de l'Alliance canadienne 895

Opinion complémentaire du Bloc Québécois 911

Procès-verbal 927

PRÉFACE DU PRÉSIDENT



PRÉFACE DU PRÉSIDENT

La *Loi sur la radiodiffusion* a maintenant 12 ans. C'est un document judicieux, le fruit d'autant de vision que d'objectivité. Il découla du rapport du Group de travail Caplan-Sauvageau sur la radiodiffusion, ainsi que de l'examen subséquent qu'en fit le comité parlementaire permanent des Communications et de la Culture. La *Loi* a fait ses preuves depuis sa mise en vigueur, et ses objectifs restent aussi valables aujourd'hui qu'ils l'étaient au départ.

Cependant, même si les objectifs et les principes de la *Loi* gardent leur entière importance de nos jours, il est clair que le système de radiodiffusion et les procédés qui en font l'objet, exigent d'être revus sans délai. En effet, tant la radiodiffusion dans tout son ensemble, que le système de communications qui en est la base, ont connu une transformation extraordinaire durant la dernière décennie. La technologie avance dans ce domaine avec une rapidité si fulgurante que nous ne cessons d'être surpris par la multiplicité des changements incessants qui en découlent. Il y a 12 ans, par exemple, lorsque la *Loi sur la radiodiffusion* prit effet, nous avions accès à seulement quelques chaînes de télévision, dominées par un petit groupe de réseaux. Aujourd'hui nous faisons face à un univers de chaînes multiples, au sein duquel un nombre imposant de diffuseurs se compétitionnent farouchement tant pour des créneaux que pour notre écoute. Et durant ces mêmes brèves années, l'Internet nous est apparu soudainement, attirant aujourd'hui l'attention d'un public toujours grandissant, surtout chez nos jeunes. Le téléphone cellulaire est devenu omniprésent, et le cellulaire vidéo deviendra bientôt chose commune. Les ordinateurs de poche prennent graduellement place dans notre vie de tous les jours. Les développements technologiques de toutes sortes ne cessent de se multiplier, et toujours à une allure effrénée.

Lorsque notre Comité avait discuté de la possibilité d'une étude en profondeur du système de radiodiffusion canadien, la coïncidence avait voulu que la ministre du Patrimoine canadien avait elle aussi songé à octroyer un mandat similaire à un groupe d'experts indépendants. Les membres du Comité avaient conclu qu'une étude parallèle par un tel groupe d'experts aurait pour effet de semer la confusion, en plus de déprécier le travail des parlementaires, soumis comme le sont ceux-ci — contrairement aux comités d'étude indépendants — tant aux délais et incertitudes qu'aux contraintes budgétaires du système parlementaire.

Nous avions fait ressortir que le Comité devrait être impliqué de toute manière, comme ce fut le cas suite au rapport Caplan-Sauvageau. Il était donc logique et valorisant d'engager le processus parlementaire dès le départ. De plus, le processus parlementaire offre cet avantage significatif aux contribuables, soit que l'étude de tout Comité doit être déposé en Chambre et peut exiger une réponse officielle du gouvernement dans un délai de 150 jours.

La réaction de la ministre du Patrimoine canadien fut très favorable. Il fut alors décidé de combiner les deux options, en assignant deux experts-conseil aux travaux du Comité. C'est ainsi que le Professeur Marc Raboy de l'Université de Montréal et le Professeur David Taras de l'Université de

Calgary sont venus se joindre à nous pour conseiller le Comité et l'équipe de recherche de la Bibliothèque du Parlement, dirigée par le Dr Joseph Jackson.

Le paradoxe veut qu'un autre avantage d'une étude parlementaire, par contraste avec une étude menée par des spécialistes indépendants, réside dans le fait que les membres des comités permanents sont rarement des experts dans la matière en question. Quoique ceci puisse sembler au premier abord un désavantage certain, il n'en reste pas moins que le processus parlementaire représente cet autre attribut important — celui d'un groupe diversifié, dont les membres entrevoient le sujet sans idées et jugements préconçus, tant pour ce qui est des problèmes que des solutions possibles.

En effet, forts de la solide expertise mise à leur disposition, les membres du Comité ont le loisir de chercher et de questionner sans aucun parti pris ou préjugé de départ, assurant ainsi la crédibilité de leurs recommandations — recommandations auxquelles, n'étant pas des experts, ils doivent apporter une rigueur et une prudence d'autant plus grandes.

Il ne faudrait toutefois pas exagérer les aspects positifs du processus parlementaire. Celui-ci est le plus souvent compliqué et frustrant. Il est évident que les partis politiques reflètent leurs idéologies et leurs valeurs respectives, lesquelles font inévitablement surface lors des discussions et des débats. Ces différences d'opinion font même surface au sein d'un seul parti, dont les représentants ne voient pas toujours les choses du même œil. Il est donc difficile d'atteindre le consensus, but ultime mais très souvent élusif.

Tous comptes faits, en dépit des contraintes et des défis si nombreux, on finit heureusement par atteindre une forme de consensus. Cela ne veut pas dire un consensus quant à tous les sujets et toutes les recommandations — ce qui explique du reste l'existence très logique de certains rapports minoritaires — mais un degré important de complicité quant aux grandes lignes du projet.

Le lecteur sera surpris d'apprendre que malgré les frustrations et les délais implicites à un exercice de cette envergure, une atmosphère de compréhension mutuelle et d'harmonie a régné tout au long. Je ne peux me souvenir du moindre incident ou de la moindre circonstance qui ait pu entraver l'ambiance de complète civilité, voire de bonne humeur, (souvent même d'humour) qui a prévalu pendant nos travaux. En effet, le travail en comité est beaucoup plus propice à l'harmonie et à la compréhension mutuelle que le cadre plus formel de la Chambre. En comité, nous ne sommes plus les honorables députés de ceci et de cela, mais nous nous interpellons par nos propres noms, même par nos prénoms en session fermée. Ceci introduit au sein de nos travaux une notion beaucoup plus humaine et amicale que celle des formalités parlementaires d'usage.

Je voudrais profiter de l'occasion pour remercier très chaleureusement tous mes collègues du Comité pour leur coopération, leur engagement et pour avoir réagi toujours positivement aux nombreuses requêtes de présence aux réunions du comité.

Au nom du Comité, je voudrais aussi exprimer notre reconnaissance à tous les membres de l'équipe de recherche dirigée par le Dr Joseph Jackson, ainsi qu'aux professeurs Raboy et Taras. Leur concours et leurs conseils furent des plus précieux — en fait il nous aurait été impossible de réaliser notre étude sans leur participation.

Je suis fort conscient qu'il serait illusoire de prévoir un appui unanime à une étude de l'envergure et de la complexité de celle-ci. Des recommandations qui pourraient être reçues favorablement par certains, pourraient être considérées comme fort négatives par d'autres. Nous n'avions pas l'intention de rechercher une approbation populaire, mais plutôt de nous astreindre à un travail sérieux et crédible, tout en faisant tout notre possible (en tant que groupe diversifié dans nos idées et nos jugements) pour proposer des recommandations autant objectives et justes que réalisables. Nous avons joui d'une coopération des plus positives de la part des individus, institutions et sociétés qui seront affectés par nos recommandations et avec lesquels nous avons eu un contact continu durant nos audiences et au fil de notre étude. Ils ont tous démonté un intérêt toujours vif et soutenu dans nos travaux. Je leur remercie tous très sincèrement. Quoiqu'ils représentent des vues très différentes et des intérêts et objectifs le plus souvent compétitifs, ils agissent avec une compétence professionnelle et une intégrité telles que nous pouvons présager d'un avenir prometteur pour notre système de radiodiffusion canadien ainsi que pour ceux qui y évoluent.

Notre Comité a pu compter sur l'ouverture et l'appui de la Ministre et du ministère du Patrimoine canadien. Quoique les fonctionnaires du ministère aient coopéré avec nous au fil de notre étude et nous aient fourni les rapports et études dont nous avions besoin, ils n'ont jamais cherché aucunement à guider ou influencer nos travaux. Quant à la Ministre, tout en nous encourageant dans notre démarches, elle a eu la délicatesse de toujours garder sa distance et nous y laisser toute l'indépendance voulue. Nous l'apprécions.

Conscients que nous étions tous au fil de notre étude de l'envergure et de la complexité de celle-ci, nous étions fermement résolus d'y mettre tous les efforts nécessaires afin de parvenir à émettre un rapport et des recommandations valables et crédibles. Il est évident que nous ne pouvons prétendre être les meilleurs juges de notre œuvre. Ce que nous espérons cependant, c'est que nos recommandations soient considérées avec le même soin et le même sérieux avec lesquels elles ont été débattues, et formulées.

Partie I

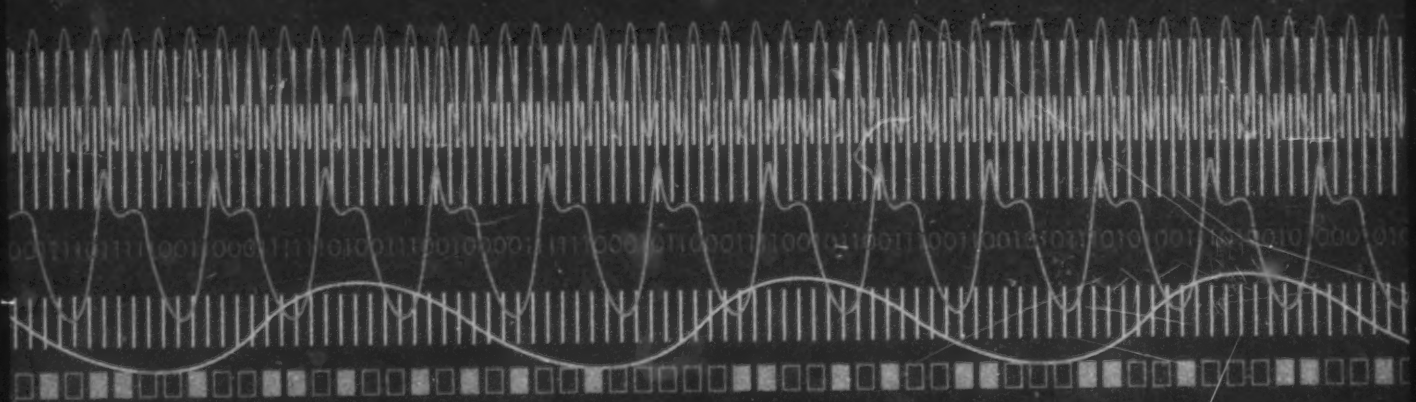
CONTEXTE

Chapitre 1 : Introduction

Chapitre 2 : Historique de la réglementation

Chapitre 3 : L'évolution des technologies de la radiodiffusion

Chapitre 4 : Fragmentation de l'auditoire



CONTEXTE

Chapitre 1
Introduction

A. Le deuxième siècle de la radiodiffusion canadienne

Le 10 mai 2001, le Comité permanent du patrimoine canadien de la Chambre des communes a annoncé qu'il ferait une étude du système de radiodiffusion canadien, afin de déterminer si les idéaux et les objectifs de la *Loi sur la radiodiffusion* de 1991 étaient atteints et si une réforme de la *Loi* s'imposait. Pendant presque deux ans, le Comité a sillonné le pays pour entendre des dirigeants et des protagonistes du secteur de la radiodiffusion, ainsi que de simples citoyens qui voulaient exprimer leurs opinions. Des dirigeants des grandes entreprises de Toronto et de Montréal aux petits producteurs de Moncton et de Regina, en passant par les radiodiffuseurs autochtones du Nord canadien et les Raging Grannies de Vancouver, le Comité a entendu de nombreux témoignages et a pu voir les nombreux aspects du système de radiodiffusion. Il a visité plusieurs lieux de travail des créateurs, producteurs, journalistes, acteurs et distributeurs du système. Il a aussi examiné plus de 200 mémoires.

Au cours de son étude, le Comité a bien senti à quel point les créateurs et producteurs canadiens sont fiers de leur travail. Il a entendu de nombreux exemples de réussites, illustrés dans le rapport sous formes de vignettes. L'imagination, la détermination, le talent et l'énergie des personnes qu'il a rencontrées lui ont fait une très forte impression. Nos artistes ont repoussé les frontières, pris des risques et donné le meilleur d'eux-mêmes à leurs auditoires, voire au monde entier.

Le Comité a pu constater que les Canadiens tiennent beaucoup à leur système de radiodiffusion. Avec fougue et passion, ils se sont exprimés sur l'avenir de la radiodiffusion publique, l'existence des services locaux et communautaires et les perspectives de la propriété étrangère. S'il est vrai que bon nombre des témoins gagnent leur vie grâce à la radiodiffusion, pour la plupart, c'est avant tout une fenêtre sur le monde et une façon de connaître leur milieu et d'y participer. La radiodiffusion est importante pour la qualité de vie d'un grand nombre, sinon la plupart, des Canadiens.

Le mandat que le Comité s'est donné comporte plusieurs questions et enjeux[1]. À mesure que ses travaux progressaient, le Comité s'est rendu compte qu'il lui faudrait se pencher sur les problèmes du système. Le dernier examen approfondi de la radiodiffusion canadienne remonte à 1986. Le Groupe de travail sur la politique de radiodiffusion, coprésidé par Gerald Caplan et Florian Sauvageau, présentait son rapport ainsi :

> Les vertus et les mérites de la radiodiffusion canadienne sont nombreux. Nous ne pouvons cependant nous y arrêter. Formuler une politique, c'est un peu vouloir faire fonctionner mieux ce qui fonctionne déjà bien. Nous examinerons donc le système, nous tenterons d'en comprendre l'évolution, les difficultés et les échecs pour, au bout du compte, suggérer les moyens de l'améliorer[2].

Le Comité a abordé sa tâche dans le même esprit. Il aurait manqué à son devoir s'il en avait fait moins. Il a été confronté à des décisions difficiles. Le principe directeur qui a motivé le Comité est que le système de radiodiffusion doit avant tout servir les intérêts de la population. Le présent rapport prône donc une responsabilité et une transparence accrues afin que le système de radiodiffusion reflète le caractère distinct du Canada, sa diversité ethnique et culturelle, ses modes d'expression et ses valeurs multiples. Le rapport tentera de parler au nom des publics multiples et variés qui cohabitent sur ce vaste territoire qu'est le Canada.

Le Comité a appris que le système de radiodiffusion canadien vit des temps difficiles. Ses structures s'efforcent de relever les défis que lui posent les nouvelles technologies, la mondialisation, la convergence et les attentes élevées du public. Un concours de circonstances a fait en sorte qu'il se forme une nouvelle tendance dangereuse. Certains représentants du secteur artistique ont déclaré que la production d'émissions canadiennes de langue anglaise est en crise[3].

Le Comité est très préoccupé par l'état de la radiodiffusion publique. Les auditoires de la Société Radio-Canada ont fondu comme neige au soleil depuis une dizaine d'années et celle-ci consacre beaucoup de temps et d'efforts à trouver la bonne formule, l'angle approprié, pour conserver sa part du marché canadien. Cette quête s'est révélée difficile et frustrante, car l'objectif demeure éloigné et insaisissable. La production et la diffusion des dramatiques de langue anglaise sont également une source de souci. Sauf au Québec, où le public se passionne pour les dramatiques originales créées ici, les émissions américaines dominent les ondes à un point qui est

pratiquement inconnu et inimaginable dans tout pays autre que les ÉtatsUnis eux-mêmes.

À l'échelle communautaire et régionale, la radiodiffusion connaît d'autres ratés. Les Canadiens ont rarement l'occasion de voir des représentations de leurs vies et de leurs milieux ailleurs qu'aux nouvelles. Au cours de son itinéraire, le Comité a entendu des témoignages irréfutables sur l'existence d'un écart énorme entre la programmation locale et nationale. Finalement, l'avènement des nouvelles technologies numériques et leur portée mondiale créent un climat d'incertitude. Les satellites, Internet et les récepteurs vidéo personnels (RVP) sont autant de nouveaux défis pour les radiodiffuseurs. Avec ces nouvelles technologies, les émissions et la publicité canadiennes pourraient être facilement contournées, bouleversant du même coup l'idée traditionnelle que l'on se fait de la radiodiffusion. Les radiodiffuseurs n'ont que peu de temps pour s'adapter à ces changements.

La situation varie selon qu'il s'agit des radiodiffuseurs, des créateurs ou du public canadien qui, au bout du compte, assume le coût du système de radiodiffusion. Le Comité estime que nous sommes entrés dans une nouvelle ère de communication et de culture, qui est aussi riche de promesses que de défis. Les vieilles méthodes font rapidement place aux nouvelles et il est essentiel que le gouvernement adopte une démarche proactive, plutôt que d'attendre la suite des événements. En ce début de second siècle pour la radiodiffusion canadienne, nous devrons trouver de nouvelles façons de développer nos réalisations, de préserver et de maintenir nos acquis, tout en explorant de nouveaux objectifs et de nouvelles voies. Le reflet de notre diversité continuera d'être un objectif et un enjeu fondamental.

La démarche du Comité repose sur la nécessité de maintenir l'intégrité du système de radiodiffusion dans son ensemble. Une des contributions les plus judicieuses dans ce sens est celle du président-directeur général d'Astral Média, M. André Bureau, qui a expliqué que le système de radiodiffusion canadien comporte quatre piliers (les radiodiffuseurs privés, les radiodiffuseurs publics, les entreprises de distribution de services de radiodiffusion et les producteurs indépendants) et cinq composantes (le CRTC, organisme de réglementation; la propriété canadienne; le contrôle des services de programmation étrangers; les règlements sur le contenu canadien; le financement et les mesures fiscales)[4].

Au cours des deux années qu'ont duré les travaux du Comité, il est devenu évident que tous ces éléments sont liés et que le système de radiodiffusion canadien est comme une machine complexe : il suffit qu'une seule pièce tombe en panne pour que la machine tout entière cesse de fonctionner. La santé financière des radiodiffuseurs publics et privés dépend du succès des producteurs indépendants et de la stabilité et de l'efficacité des mécanismes de financement du gouvernement. Le succès des émissions repose sur un réseau de distribution efficace. La fidélité des auditoires est fonction de leur sentiment d'identité et d'appartenance et de la mesure dans laquelle leurs besoins sont comblés. Finalement, les choix offerts aux citoyens dépendent d'un cadre réglementaire efficace.

Bref, les objectifs de notre système de radiodiffusion sont tributaires d'un équilibre délicat. Les témoins du Comité ont apporté un éclairage précieux sur les divers aspects du système de radiodiffusion. Leurs témoignages étaient convaincants et ils ont été pris très au sérieux. Fort de ces renseignements, le Comité s'est donné pour tâche de déterminer comment s'emboîtent les pièces du casse-tête. Il souhaite élaborer une vision du système dans son ensemble et de ses éléments. Les intervenants et, par-dessus tout, le public ne pourront que profiter d'un système de radiodiffusion qui soit vigoureux et fort.

Le Comité sait que la notion d'« intérêt public » n'est pas facile à saisir. En 1946, le politicologue J.E. Hodgetts écrivait au sujet de la SRC :

> Il faut reconnaître d'entrée de jeu que « l'intérêt public » n'est qu'une hypothèse politique commode permettant de justifier une intervention de l'État et qui pourra, du même coup, établir une norme à partir de laquelle les politiques gouvernementales seront évaluées[2].

Bref, il y aura un important compromis à faire : les gouvernements peuvent faire pratiquement n'importe quoi pourvu qu'ils démontrent que c'est dans l'intérêt public, mais pour que leurs actions soient légitimes, les politiques qu'ils adoptent doivent être mesurables d'après une certaine norme. Un problème de la radiodiffusion canadienne est l'absence d'outils appropriés pour déterminer si les beaux objectifs que nous nous sommes donnés sont atteints. Plusieurs des recommandations du Comité visent à combler cette lacune.

B. La *Loi sur la radiodiffusion* et les mécanismes directeurs du système

D'une certaine façon, et compte tenu du mandat du Comité, on peut comparer la présente étude à un état des lieux de la *Loi sur la radiodiffusion* de 1991. Le Comité est d'avis que la *Loi* en elle-même a besoin de peu de révisions. Élaborée avec soin, elle est le fruit d'un consensus atteint au bout d'un long et pénible processus de consultation — comme on l'a répété au Comité, la *Loi* répond aux besoins des Canadiens[5]. Bien qu'elle ait besoin d'un léger remodelage — le rapport indique où apporter des changements — la *Loi* demeure un instrument de politique efficace. En réalité, la question est de savoir comment réaliser les *intentions* de la *Loi* : comment promouvoir le contenu canadien; comment assurer le rôle clé de la radiodiffusion publique et parvenir à un équilibre juste entre les secteurs public et privé; comment revitaliser la programmation locale et communautaire, etc.

Autrement dit, il s'agit de savoir si les institutions chargées d'appliquer la *Loi* se sont bien acquittées de leur mandat et si l'esprit, voire la lettre de la *Loi*, ont été respectés. Une préoccupation est l'absence de mécanisme pour rendre compte régulièrement de la santé du système de radiodiffusion et vérifier que les objectifs de la *Loi sur la radiodiffusion* sont atteints. Dans certains cas, on a laissé des problèmes pourrir et les institutions et programmes ont perdu leur pertinence et leur efficacité. Les mesures appliquées en vertu de la *Loi* sont supposées défendre et promouvoir l'intérêt public; pourtant, personne n'est en mesure de scruter le système, de soulever des questions ou de rendre périodiquement compte au Parlement et aux Canadiens. Le Comité formule une série de recommandations pour résoudre ce problème, notamment la création d'un contrôleur de la radiodiffusion, qui serait chargé de rendre compte de la santé du système de radiodiffusion canadien.

La radiodiffusion comprend un mélange complexe de considérations culturelles et économiques et son succès dépend en grande partie de l'efficacité et de la pertinence de la réglementation et de l'action du gouvernement. Par les divers instruments qu'il a créés, comme le CRTC, la Société Radio-Canada et le Fonds canadien de télévision, le gouvernement a un rôle essentiel à jouer dans la conduite du système. Par conséquent, les mécanismes de direction du système nécessitent une attention particulière. Entre autres choses, le rapport préconise de modifier en profondeur la façon dont le système de radiodiffusion est dirigé. En réponse aux nombreuses

critiques et suggestions de changements qu'il a entendues, le Comité propose certaines solutions pour simplifier la prise de décisions, accroître la transparence et rendre notre système de radiodiffusion plus responsable.

Le Comité croit que pour renforcer le système, il faut mettre en place une série de freins et de contrepoids. Ces freins et contrepoids permettront de fournir plus de réponses et empêcheront les vieilles idées et les politiques dépassées de s'incruster. Une nouvelle dynamique sera créée. Aucune institution n'aura à elle seule une autorité et des pouvoirs illimités. L'appel en faveur d'une transparence et d'une responsabilisation accrues est perceptible dans tout le rapport et se trouve au cœur des recommandations du Comité.

C. Les émissions canadiennes

M. Charles Dalfen, président du CRTC, a déclaré : « Les séries dramatiques racontent des histoires — et ces histoires sont au cœur de la culture humaine ». S'il est vrai que dans le marché francophone, les dramatiques canadiennes ont fidélisé leurs auditoires et sont généralement parmi les émissions les plus populaires, ce n'est pas le cas dans le marché anglophone, où les dramatiques canadiennes ont été reléguées aux derniers rangs de la programmation. Certains témoins ont affirmé que la part des investissements des diffuseurs dans des dramatiques et des comédies canadiennes a diminué, et que les émissions sont reléguées à des heures, des jours de semaine et des temps de l'année de faible écoute.

Le problème est complexe. Les Canadiens anglais partagent une frontière et une langue avec le plus grand producteur au monde d'émissions audiovisuelles. Les Canadiens sont exposés à des médias qui font constamment la promotion des émissions et des vedettes américaines de la télévision. En outre, les producteurs américains peuvent vendre leurs produits à un prix nettement inférieur à ce qu'il en coûterait pour produire des émissions semblables au Canada. Des programmeurs des réseaux canadiens soutiennent que les succès américains fournissent les revenus que les réseaux investissent dans les émissions canadiennes. Ce nœud n'est pas facile à défaire et le Comité ne suggère pas de le dénouer, mais de le relâcher. On doit tenter de trouver plus de possibilités et plus de temps pour créer des émissions qui sont non seulement faites au Canada, mais faites pour les Canadiens.

Le Comité se réjouit des succès obtenus dans d'autres secteurs de la radiodiffusion, particulièrement les dramatiques de langue française, les émissions pour enfants, les documentaires, les nouvelles, les sports. Les nombreux succès du passé, les émissions de radio et de télévision qui ont touché le cœur et stimulé l'esprit des spectateurs canadiens et qui ont été diffusées de par le monde, sont la preuve qu'aucune montagne n'est hors de notre portée.

Le Comité est d'avis qu'il faut revoir la politique de programmation prioritaire du CRTC, qui n'exige pas des radiodiffuseurs qu'ils diffusent un certain nombre d'émissions dramatiques ou réservent une portion de leurs dépenses aux dramatiques originales canadiennes. Le Comité souhaite également s'assurer que le Fonds canadien de télévision (FCT), une initiative conjointe de l'industrie et du gouvernement et le pivot de la production indépendante canadienne, est préservé et renforcé. Cela se traduira inévitablement par une participation accrue du public et la participation garantie des acteurs de l'industrie. Beaucoup de témoins se sont plaints du fait que les divers fonds et programmes gouvernementaux ne sont pas bien coordonnés. Le Comité formule plusieurs recommandations pour corriger cette situation.

Au cœur du problème se trouve le fait que la multiplication des choix a élevé les attentes des téléspectateurs. Afin de survivre à la concurrence féroce pour les téléspectateurs, les émissions devront être novatrices, captivantes et créatrices. Si elles ne captivent pas ou ne sont ni intéressantes ni excellentes, elles ne seront pas regardées. Dans cette nouvelle ère, le FCT et les autres programmes d'aide aux émissions canadiennes deviendront de plus en plus importants.

D. La radiodiffusion publique et sans but lucratif

Le rapport présente des données qui montrent que plusieurs gouvernements occidentaux continuent d'investir massivement dans la radiodiffusion publique. Cela tient au fait qu'ils ont compris que la radiodiffusion publique demeure un outil essentiel pour promouvoir les valeurs et l'identité nationales. Les radiodiffuseurs publics créent des liens vitaux pour les citoyens et la démocratie, même si leurs émissions ne sont souvent pas rentables. Ils consacrent la majorité de leurs budgets aux nouvelles et aux émissions d'actualité, ils servent de point de

rassemblement aux citoyens à l'occasion de cérémonies nationales — l'ouverture du Parlement, le jour du Souvenir, le dépôt du budget, le décès de personnalités nationales — ils servent leurs publics et créent des liens entre eux, de manière souvent imperceptible. Les radiodiffuseurs publics sont tenus de représenter diverses régions du pays et de servir même les localités les plus éloignées. Dans la plupart des pays industrialisés, la radiodiffusion publique est encore perçue comme le principal outil d'intervention publique dans le secteur de la radiodiffusion".

Pourquoi le Canada serait-il différent? Plusieurs commentateurs ont comparé la SRC à une police d'assurance. C'est le dernier bastion de défense dans un système médiatique dominé de plus en plus par les émissions et les valeurs américaines. Elle joue un rôle vital dans un système où les entreprises du secteur privé sont de plus en plus concentrées entre les mêmes mains. Avec la SRC, nous sommes certains que d'autres voix se font entendre. Au Québec et dans les communautés francophones du Canada, la Société Radio-Canada est perçue comme un rempart contre les médias de langue anglaise. Comme il a été dit, la SRC a perdu beaucoup de plumes depuis 10 ans. Les compressions budgétaires des deux dernières décennies, son retrait du secteur de la radiodiffusion locale et régionale et la concurrence accrue des chaînes spécialisées, qui diffusent des émissions qui étaient auparavant la chasse-gardée de la SRC, se sont fait durement sentir. La faiblesse de la SRC en fait une cible facile pour les critiques. Nous avons besoin d'un radiodiffuseur public qui remplit son rôle.

Au cours de ses déplacements, le Comité a entendu beaucoup de témoignages, passionnés souvent, sur le rôle inestimable du radiodiffuseur public national. Si la SRC n'existait pas, il faudrait l'inventer! Mais les témoins étaient nombreux à déplorer l'incapacité de la SRC à servir les auditoires locaux et régionaux. Dans certaines régions du Canada, la SRC a été comme un fil qui reliait les populations, leur permettant de se voir et de s'entendre. Le Comité est conscient que les réseaux nationaux de la SRC ne peuvent être rentables si les loyautés et les habitudes du public local sont perdues. Être présent et visible dans la vie locale et faire partie de la vie quotidienne des citoyens sont peut-être les seuls moyens qui permettront au radiodiffuseur public de renouer avec son auditoire. Selon un vieil adage, la politique se fait à l'échelle locale. On peut faire la même analogie avec la radiodiffusion publique.

Un radiodiffuseur public ne saurait plaire à tout le monde et ne peut pas jouer le même rôle dans toutes les régions du pays. La SRC pourrait avoir besoin d'une stratégie à géométrie variable : certains services ne sont

peut-être pas aussi importants à Toronto, où le marché de la radio et de la télévision est très compétitif, que dans les milieux ruraux du Québec, de la Saskatchewan ou de Terre-Neuve. Elle doit veiller à adopter un ton différent, aborder des enjeux qui n'intéressent pas réellement les radiodiffuseurs privés et tenter d'aller plus loin qu'eux.

Le Comité souhaiterait que la SRC puisse compter sur un financement stable et constant, mais il aimerait également qu'elle ait les ressources nécessaires pour atteindre les gens là où ils vivent. Un radiodiffuseur public qui n'a plus de lien avec sa clientèle ne peut pas bien refléter le pays. Le Comité est persuadé qu'une augmentation du financement de la SRC et la création d'un nouveau programme de subventions pour favoriser les émissions locales et communautaires — c'est l'une des recommandations les plus ambitieuses du rapport — feront toute la différence.

Le Comité juge aussi important de reconnaître le rôle spécial des autres radiodiffuseurs sans but lucratif du Canada. Dans un rapport à l'intention du Comité, M. Peter Desbarats, journaliste et chercheur distingué, fait remarquer qu'« au cours des années, le Canada a assisté à l'évolution d'un vaste réseau public de radiodiffusion qui, en termes de nombre de diffuseurs et de diversité de ses auditoires, n'a probablement d'égal dans aucun pays' ».

Les radiodiffuseurs éducatifs provinciaux, comme Télé-Québec et TV Ontario, les coopératives internationales comme TV5, le radiodiffuseur œcuménique VisionTV, la chaîne d'affaires publiques CPAC et l'Aboriginal Peoples Television Network sont des radiodiffuseurs sans but lucratif qui proposent des émissions originales à leurs publics. Le Comité souhaite s'assurer que cet aspect unique de notre système de radiodiffusion continue de croître.

E. Le secteur privé

Aux yeux du Comité, les producteurs indépendants, les radiodiffuseurs et les télédiffuseurs privés, les câblodistributeurs, les fournisseurs de services par satellite et les annonceurs sont des piliers du système de radiodiffusion. Leur vision, leur imagination et leur esprit d'entreprise ont porté le système vers de nouveaux sommets, créant au passage des dizaines de milliers d'emplois et faisant du Canada un grand exportateur d'émissions de télévision. Pendant ses visites de radiodiffuseurs privés et de maisons de

production indépendantes, le Comité a été impressionné par l'énergie, l'enthousiasme et le professionnalisme qui les motivent et les inspirent. Les émissions d'information du matin et du soir, l'esprit créatif des conteurs d'histoires à la télévision, la télévision dans la rue, les émissions de radio aux heures de pointe, les tribunes radiophoniques, les émissions pour enfants, les musiques qui bercent nos cœurs et nos âmes à la radio, les messages publicitaires qui font la promotion de nos entreprises, tout cela fait partie de la mosaïque complexe appelée communément la radiodiffusion privée.

Le Comité a écouté avec beaucoup d'attention les préoccupations des représentants de l'industrie, qui lui ont demandé de s'attarder à certaines questions : la nécessité de programmes de financement qui reconnaissent et encouragent les nouveaux talents, les formalités et les lourdeurs administratives qui rendent les demandes de financement si compliquées et frustrantes, l'utilité des critères du système MAPL comme instrument de mesure de la musique canadienne, le déclin de la quantité de publicité canadienne, le fardeau pour l'industrie des droits de licence de la partie II. L'industrie s'inquiète également de l'impact des changements technologiques. Elle craint que la fragmentation accrue ne réduise davantage les parts d'écoute, de recettes publicitaires et de financement du FCT. La transition numérique, qui ouvre le champ des perspectives, mais qui comportera des coûts, se profile à l'horizon et l'on doit s'y préparer.

Le Comité s'est efforcé de répondre à chacune de ces préoccupations. Il appuie totalement les valeurs du FCT et déplore que le gouvernement fédéral ait décidé récemment d'y réduire sa contribution. Le Comité estime que l'administration de tous les programmes de financement peut être plus efficace et efficiente et que les critères en matière de contenu canadien devraient être revus. Il demande également au gouvernement d'examiner le bien-fondé des droits de licence de la partie II. Le Comité est conscient que, si l'industrie de la radiodiffusion a un accès privilégié aux ondes hertziennes — qui sont en réalité la propriété du public —, les entreprises privées contribuent énormément à la vitalité de la radiodiffusion et à la vie canadienne. Le Comité reconnaît que l'argent des droits de licence de la partie II pourrait aussi servir à assurer une transition numérique tout en douceur ou à revigorer la programmation canadienne. Il tient à ce que le gouvernement examine attentivement cette question.

F. La radiodiffusion communautaire, locale et régionale

Le Comité craint que les services de radiodiffusion communautaire, locale et régionale soient menacés de disparition et que plusieurs régions soient mal desservies. Lors de ses visites, le Comité a entendu un nombre étonnant de citoyens qui estimaient avoir été négligés ou carrément abandonnés par le système de radiodiffusion. Les grandes villes sont desservies par des stations locales qui parviennent souvent à très bien connaître et représenter leur collectivité et certaines émissions d'information du matin et de fin d'après-midi sont ce qui se fait de mieux à la télévision canadienne, mais beaucoup de petites municipalités n'ont pas de couverture comparable. Les radiodiffuseurs privés diffusent là où ils peuvent réaliser des profits et la SRC s'est déjà retirée de plusieurs localités et même, de certaines régions du pays. Le Comité sait que certains câblodistributeurs locaux font des efforts particuliers pour combler cette lacune, mais, parfois, ces efforts laissent à désirer et ne suffisent pas à faire la différence.

Comme l'ont répété les témoins, la dure réalité est que les émissions locales, sauf pour les nouvelles, sont quasi inexistantes. Trop souvent, les activités locales importantes, qu'elles soient culturelles ou communautaires, théâtrales, musicales ou sportives, ne sont pas diffusées. Un pan complet de la vie et de la réalité canadiennes est absent du petit écran et de la radio. Or, c'est sûrement là que l'expérience canadienne est la plus originale et stimulante, c'est là que le pays se découvre et se définit.

Le Comité sait qu'il n'est pas facile de définir la radiodiffusion communautaire, locale et régionale. C'est particulièrement difficile dans un pays où des villes comme Montréal et Vancouver sont plus populeuses que certaines provinces et où on ne s'entend pas sur ce qu'est une communauté. Où s'arrête une communauté et où commence l'autre? En quoi la radiodiffusion locale est-elle différente de la radiodiffusion régionale? Peut-on servir également toutes les régions?

Certes, la *Loi sur la radiodiffusion* reconnaît la radiodiffusion communautaire à titre de composante du système de radiodiffusion, mais ce qui existe, c'est un ensemble de services différents qui varie grandement d'un endroit à l'autre et d'une région à l'autre. Le Comité invite le gouvernement à adopter une nouvelle stratégie pour combler au moins certaines de ces graves lacunes. Il estime également qu'il faut rompre complètement avec

le passé. Il recommande la création d'un nouveau programme de financement pour responsabiliser les populations locales et permettre l'établissement d'importants partenariats entre les groupes locaux et communautaires et les radiodiffuseurs. Ainsi, on redonnerait une voix aux populations qui se croient délaissées.

G. La propriété

La question de la propriété des médias est peut-être celle qui a suscité le plus de passions et de vues opposées pendant les audiences du Comité. Des audiences ont été consacrées à l'examen du bien-fondé des restrictions à la propriété étrangère et de la possibilité d'autoriser la propriété croisée des médias. Pour sa part, le Comité est convaincu qu'il ne faut pas laisser aux entreprises étrangères le soin de défendre les intérêts des citoyens canadiens ou d'encourager nos talents et nos créateurs. Les entreprises canadiennes risquent de devenir les satellites de grandes entreprises étrangères et les décisions de création ou de financement risquent d'être prises à New York, Paris ou Los Angeles au lieu de Montréal, Winnipeg ou Toronto. Le Comité est d'avis que les restrictions actuelles à la propriété étrangère doivent être maintenues, car parfois, comme l'a dit le poète américain Robert Frost, « de bonnes clôtures font de bons voisins[7] ».

Le Comité est très préoccupé par la concentration de la presse au Canada et les problèmes associés à la propriété croisée des médias — à des niveaux qu'on ne retrouve pas dans des pays comparables. Le Comité sait que la taille d'une entreprise est importante pour réaliser des économies d'échelle et que les radiodiffuseurs canadiens doivent être en mesure de concurrencer les conglomérats étrangers géants, mais il estime que la liberté journalistique est vitale à la santé et à la protection de notre démocratie. Notre société souffre lorsque des voix se taisent. Les citoyens ont besoin d'une source riche d'informations et d'opinions variées, ils doivent pouvoir connaître les valeurs et les croyances des autres, si nous espérons pouvoir bâtir un avenir meilleur.

Plusieurs témoins ont indiqué au Comité qu'il devait se pencher sur cette situation même si la convergence, la fusion et la concentration semblent être un fait accompli. Le Comité était devant un dilemme : quelles mesures recommander pour que les citoyens aient accès à une variété de points de vue sans jeter les médias canadiens dans la tourmente financière?

Le chapitre sur la propriété examine un certain nombre de possibilités et le Comité recommande que le gouvernement fournisse une orientation stratégique claire concernant la propriété croisée. Entre-temps, le Comité recommande que l'on ordonne au CRTC de reporter les décisions sur l'octroi de nouvelles licences de diffusion touchant la propriété croisée. Il demande aussi que les licences existantes touchées par la propriété croisée soient automatiquement renouvelées (c'est-à-dire un renouvellement administratif) pour un minimum de deux ans et un maximum de trois ans. Finalement, il demande au gouvernement et au CRTC d'élaborer des politiques claires et rigoureuses pour garantir l'indépendance des salles de rédaction et éviter qu'une poignée de grandes entreprises ne dominent le paysage médiatique national ou local.

H. Prédire l'avenir

Un véritable défi pour le Comité a été la période de changements rapides et considérables qui a coïncidé avec son étude. La radiodiffusion entre dans une nouvelle ère. Les structures et les formules qui ont fonctionné par le passé et qui sont le ciment du système sont bouleversées par la force brutale et inexorable des changements technologiques. Cependant, la technologie peut — et doit — être maîtrisée au profit de la population. De nombreuses pages du rapport présentent les possibilités et les défis auxquels le système de radiodiffusion doit faire face à l'ère de la technologie numérique et des nouveaux médias.

Le rapport décrit les avancées technologiques qui ont façonné la radiodiffusion canadienne, de l'utilisation du spectre électromagnétique à la fragmentation de l'auditoire due à la câblodistribution et à la télévision par satellite, en passant par l'avènement des nouvelles chaînes numériques et des médias en continu. Ces technologies ont eu un véritable impact sur l'industrie de la radiodiffusion, les politiques gouvernementales et les choix offerts aux Canadiens. Il importe de souligner, toutefois, que l'introduction d'un nouveau média ne se traduit pas nécessairement par la disparition de l'ancien. Les médias classiques comme la radio, le cinéma et les journaux n'ont pas disparu avec l'arrivée de la télévision. Ils se sont renouvelés avec de nouveaux formats et de nouvelles approches. De même, les nouvelles plates-formes comme Internet et les technologies comme les récepteurs vidéo personnels seront probablement utilisés d'une façon qui transformera la radiodiffusion canadienne. Le Comité est d'avis que le gouvernement doit assurer la promotion de la santé du système de

radiodiffusion pendant que l'industrie s'adapte à ces changements dramatiques.

Le problème des marchés noir et gris de la télévision par satellite est un bon exemple des problèmes qu'entraînent les nouvelles technologies. Malgré tous les investissements dans les émissions et toute la réglementation mise en place pour promouvoir la culture canadienne, des centaines de milliers de téléspectateurs — c'est plus que la population du Nouveau-Brunswick — contournent le système de radiodiffusion canadien en captant directement les services américains par satellite. Ils ont, en quelque sorte, quitté le navire canadien, du moins pour la réception des signaux de télévision. La perte que cela représente pour les recettes publicitaires et les frais d'abonnement réduit considérablement le financement des émissions canadiennes. Le bouclage de nos frontières pour empêcher la réception des signaux satellites non autorisés serait quasi impossible étant donné qu'une bonne partie de la population considère que l'accès aux signaux américains est un droit civil et individuel.

Le problème des frontières est exacerbé par l'arrivée de la nouvelle culture Internet. Internet est un vaste océan sans frontière. Si l'on peut prétendre que la diffusion en continu dans Internet n'est pas de la diffusion d'émissions et, partant qu'il ne s'agit pas de radiodiffusion au sens propre, la réalité est que tous les médias convergent dans Internet. La radio, la presse, les jeux, le courriel, les bibliothèques, la musique et, désormais, les films sont accessibles en ligne. Les studios de Hollywood font l'essai de techniques pour permettre à des abonnés de télécharger des films directement. Ces systèmes de livraison sont encore dans l'enfance, mais on peut imaginer que, dans un avenir rapproché, les producteurs seront en mesure de contourner les réseaux de télévision et les distributeurs pour s'adresser directement aux téléspectateurs. Même la perte d'une toute petite part de l'auditoire pourrait être dramatique pour le système de radiodiffusion.

Il faut noter qu'Internet a aidé à faire naître une nouvelle culture, surtout chez les jeunes. L'étendue et la richesse de leurs expériences avec les médias les distinguent des générations précédentes. Internet est devenu un outil de base pour communiquer avec leurs amis, se divertir et découvrir leur pays et le monde. Tous les jours, ils peuvent assister à des concerts en ligne, magasiner dans leurs boutiques préférées, vivre et jouer dans des environnements simulés et rencontrer des gens de l'autre côté du globe. Lorsque des chercheurs leur ont demandé de choisir entre la télévision et l'ordinateur, une forte proportion de jeunes ont opté pour l'ordinateur[11].

Avec l'arrivée sur le marché des récepteurs vidéo personnels (RVP), on voit une autre façon dont l'utilisation des technologies peut bouleverser le monde des affaires. Les RVP peuvent emmagasiner des heures de programmation sur un disque dur. Les téléspectateurs peuvent ainsi enregistrer une série entière, faire fi de l'horaire établi par le réseau et sauter tous les messages publicitaires. L'expérience de plus d'un million de foyers américains révèle que les téléspectateurs préfèrent regarder ce que la machine contient plutôt que ce qui passe à la télévision. Les RVP permettront aux téléspectateurs d'adapter leur horaire en créant des horaires de diffusion personnalisés. La prochaine génération de RVP permettra d'échanger par courriel des émissions enregistrées. Les concepts actuels relatifs à l'écoute de la télévision changeront.

Une bonne partie du rapport est consacrée à l'examen du nouveau monde qui va bientôt surgir. La question de la diffusion dans Internet, la nécessité pour le Canada de planifier la transition numérique, l'enjeu pressant des marchés gris et noir de la télévision par satellite, les problèmes liés aux droits d'auteur et les mesures prises pour élaborer de nouveaux instruments de coopération internationale sont traités dans autant de chapitres.

La convergence des technologies a créé d'autres problèmes pour les gouvernements, qui doivent se demander si leur législation et leurs structures administrative correspondent aux nouvelles réalités. Le Royaume-Uni, par exemple, vient de déposer le *Communications Act* (loi sur les communications) dans lequel il reconnaît que la radiodiffusion et les télécommunications ne peuvent plus être traitées comme deux mondes séparés et indépendants. Au Canada, trois lois régissent les télécommunications, la radiodiffusion et le CRTC, et deux ministères, Patrimoine canadien et Industrie Canada, se partagent la compétence sur différents aspects de la radiodiffusion. Le Comité a réfléchi longuement pour déterminer si cette division est encore utile. Il recommande au gouvernement d'agir.

I. Notre souveraineté culturelle

L'énorme pouvoir de la radiodiffusion et son rôle important dans notre souveraineté culturelle ont été décrits à plusieurs reprises par des commissions et des groupes d'étude. Le Groupe de travail sur la politique de la radiodiffusion de 1986 a noté qu'une émission de télévision peut être regardée par un plus grand nombre de personnes en une seule soirée que

tous ceux qui, au cours d'une année entière, regarderont les films canadiens les plus populaires ou assisteront à toutes les pièces de théâtre présentées au Canada. Le Comité d'examen des mandats SRC, ONF et Téléfilm (1996) soulignait une réalité encore plus dure : lorsqu'ils auront atteint l'âge de 12 ans, les enfants canadiens auront passé plus de temps devant le petit écran que sur les bancs de l'école. Le Comité d'examen a indiqué : « L'école éduque peut-être nos enfants, mais — pour le meilleur et pour le pire — c'est la télévision qui leur enseigne »[12].

Même avec l'avènement d'Internet et les défis que cela pose au système de radiodiffusion conventionnel, la radiodiffusion demeure le principal moyen de communication en termes de culture et d'identité. Par exemple, des études montrent que l'utilisation d'Internet ne réduit pas tellement le nombre d'heures qu'un jeune passe à regarder la télévision ou à écouter la radio, mais plutôt les heures consacrées au sommeil ou à sa famille[13]. En fait, les vieux médias — avec leurs vedettes, leurs émissions et les questions qu'ils soulèvent — sont souvent les ingrédients qui attirent les jeunes vers Internet.

Lors de ses visites, le Comité a rencontré beaucoup de Canadiens qui croient passionnément en notre pays et en son avenir. Dirigeants de la radiodiffusion, créateurs, artistes, journalistes et, par-dessus tout, de simples citoyens, qui sont l'âme du système de radiodiffusion, tous ont exprimé leur grande fierté. Le Comité s'est réjoui de voir que la plupart des personnes qu'il a rencontrées débordaient de talent, d'esprit d'entreprise, d'imagination et de courage.

Nous savons maintenant qu'il existe un public sophistiqué et confiant qui a développé un appétit grandissant pour la culture canadienne — livres, musique, théâtre et art — et que nos succès sont de plus en plus reconnus de par le monde[14]. Grâce en partie au leadership canadien dans la recherche de nouveaux instruments internationaux de politique culturelle — le Comité l'appuie — le Canada est un exemple pour les autres.

Le Comité affirme que des changements fondamentaux sont requis pour offrir aux Canadiens les services de télévision, de radio et de nouveaux médias qu'ils veulent et auxquels ils s'attendent. Les Canadiens désirent se voir, s'entendre et s'exprimer à la radio et à la télévision, mais les problèmes de financement, les lourdeurs administratives, le manque de transparence et de mécanismes de reddition de compte, l'avènement des nouvelles technologies et le nouveau paysage mondial sont autant de problèmes et de défis. Les concepteurs du système de radiodiffusion

canadien ont réussi dans le passé à surmonter des obstacles semblables. Nous avons réussi à nous en sortir, grâce à notre volonté et à des mesures novatrices qui ont permis d'assurer à nos talents et à notre culture des espaces d'expression. Créer et conserver ces espaces est désormais plus important que jamais. Nous avons besoin de nouveaux signes de volonté, d'une nouvelle vision et d'une ferme détermination pour servir les intérêts du public canadien. Notre avenir dépend de notre capacité à trouver la force d'agir.

J. Le rapport du Comité

Le rapport comporte quatre parties. Dans la première, on y décrit l'impact de la réglementation et des changements technologiques au fil des décennies, de même que les défis et les « hauts faits » de la radiodiffusion. La seconde partie présente l'état des lieux du système. Les problèmes auxquels sont confrontées les différentes composantes du système de radiodiffusion sont décrits en détail : le dossier complexe de la programmation canadienne, les problèmes des radiodiffuseurs publics et sans but lucratif, la santé des radiodiffuseurs communautaires, locaux et régionaux, les luttes et les succès du secteur privé, les problèmes particuliers des radiodiffuseurs du Nord et des radiodiffuseurs autochtones.

Une troisième partie, intitulée « Le maintien d'un système unique », commence par l'incontournable question de la propriété. Elle examine ensuite les défis que représentent les nouvelles technologies et la révolution numérique. Les droits d'auteur, la réglementation d'Internet, l'accessibilité, les marchés gris et noir de la télévision par satellite et les initiatives pour protéger et renforcer la diversité culturelle et l'indépendance culturelle du Canada à l'échelle internationale y sont également abordés. Cette partie insiste sur la nécessité de prendre des mesures pour assurer l'avenir du Canada.

La dernière partie concerne le rôle que le gouvernement et les institutions qu'il crée peuvent jouer pour orienter le système de radiodiffusion. Le rapport met alors l'accent sur les réformes proposées pour créer des freins et des contrepoids, impulser le changement, favoriser une plus grande reddition de compte et défendre l'intérêt public.

En définitive, nous avons besoin d'un système de radiodiffusion sain et viable sur le plan financier et qui reflète notre réalité quotidienne et y contribue, qui fait la promotion de l'éducation et du dialogue, qui nous touche et qui interpelle notre imagination. Nous avons besoin d'un système de radiodiffusion qui nous permettra de nous voir, de nous entendre et d'être nous-mêmes. Le Comité Fowler sur la radiodiffusion (1965) voyait la radiodiffusion comme le miroir et l'architecte le plus puissant de l'expérience canadienne :

> Quand nous déclarons que la radiodiffusion doit être un instrument majeur du développement d'une culture canadienne distincte, nous nous servons dans toute son étendue et son sens premier, du mot « culture », dont on a si souvent abusé. Cette culture est le reflet de la vie elle-même sous tous ses aspects – sa beauté et sa laideur, ses réalisations artistiques remarquables et sa grisaille journalière; ses triomphes de l'esprit et ses menus faits quotidiens, ses personnages en vue et ses petites gens, ses messages importants et souvent impénétrables et ses intérêts légers, ses grandes idées et ses anecdotes amusantes, son tragique et son comique, ses rires et ses pleurs, ses critiques, son ironie, ses sarcasmes, ses rigolades et ses drôleries. Tous ces éléments sont essentiels[1].

Dans ses meilleurs moments, la radiodiffusion canadienne se maintient à ce niveau. Le Comité souhaite s'assurer que les radiodiffuseurs ont les outils nécessaires pour satisfaire ces attentes élevées et que tous les Canadiens ont un système de radiodiffusion qui les sert et correspond à leurs intérêts.

Notes en fin de chapitre

1 Voir l'annexe 1.

2 Rapport du Groupe de travail sur la politique de radiodiffusion (Caplan-Sauvageau). Ottawa, ministre des Approvisionnements et Services Canada, 1986, p. 6.

3 Voir, par exemple, M. Thor Bishopric, président, Alliance of Canadian Cinema, Television and Radio Artists, réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, 9 mai 2002.

4 Astral Média, visite sur les lieux, 3 mai 2002.

5 J.E. Hodgetts, « Administration and Politics: The Case of the Canadian Broadcasting Corporation », *Canadian Journal of Economics and Political Science*, 1946, p. 454-469.

6 Voir, par exemple, *Maîtriser notre espace pour contribuer à la diversité culturelle*, Mémoire de l'Association canadienne des distributeurs et exportateurs de films, de l'Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo, de l'Association des producteurs de films et de télévision du Québec, de l'Association des réalisateurs et des réalisatrices du Québec, de la Société des auteurs de radio, télévision et cinéma, de la Société professionnelle des auteurs et des compositeurs du Québec et de l'Union des artistes.

7 Allocution au congrès annuel de l'Association canadienne de radiodiffuseurs, Vancouver, 22 octobre 2002, www.crtc.gc.ca.

8 Voir, par exemple, McKinsey & Company, *Comparative Review of Content Regulation*, Rapport de McKinsey pour l'Independent Television Commission, Londres, Independent Television Commission, 2002. Selon ce rapport, dans la plupart des pays européens, le mécanisme de choix pour influer sur le contenu de la radiodiffusion demeure le financement d'un ou de plusieurs radiodiffuseurs publics, « chargés d'offrir des émissions diverses de qualité à un auditoire national et à certains secteurs de l'auditoire », www.itc.org.uk.

9 Peter Desbarats, *The Future of Public Broadcasting: Distinction or Extinction*, rapport au Comité permanent du patrimoine canadien de la Chambre des communes, août 2002, p. 13.

10 Robert Frost, *North of Boston*, New York, Henry Holt and Company, 1915, Bartleby.com.

11 Edison Media Research, « The Need for Speed », www.edisonresearch.com.

12 *Faire entendre nos voix : le cinéma et la télévision du Canada au 21e siècle*, Comité d'examen des mandats SRC, ONF, Telefilm du ministère du Patrimoine canadien, 1996, p. 60.

13 « Survey: Television », *The Economist*, 11 avril 2002, p. 2.

14 Desbarats, p. 37-42.

15 *Rapport de la Commission royale d'enquête sur la radio et la télévision* (Commission Fowler), Ottawa, Imprimeur de la Reine, 1965, p. 4.

CONTEXTE

Chapitre 2

Historique de la réglementation

Dès le tout début de la Confédération, compte tenu de l'immensité du territoire canadien, des longs hivers et de la population éparpillée, il a fallu établir un réseau de communication élaboré. Les imprimés et les chemins de fer ont d'abord rempli cette fonction. Plus tard, le télégraphe et le téléphone se sont ajoutés. Au début du XXe siècle, ce fut la radio, suivie de la télévision dans les années 1950 et, depuis le milieu des années 1990, d'Internet. Au fil des années, le système de radiodiffusion du Canada est devenu un des principaux moyens permettant aux Canadiens de nourrir leur sentiment d'appartenance communautaire. En même temps, l'infrastructure de radiodiffusion canadienne est devenue une industrie multimilliardaire offrant des occasions inestimables à des dizaines de milliers de Canadiens dans d'innombrables secteurs de la radiodiffusion, des télécommunications et de la technologie.

L'infrastructure physique complexe du système de radiodiffusion du Canada que les fiduciaires ont mis sur pied pour dispenser les services de radio et de télévision aux publics potentiels, constitue un point fort du système. Son point faible a toujours été la quantité de programmes originaux canadiens écrits et produits par des Canadiens, pour les Canadiens.

Certains font valoir que l'absence de programmes canadiens appropriés et l'omniprésence de la programmation populaire américaine nuisent grandement aux intérêts sociaux, culturels, économiques, publics et nationaux des Canadiens. Pour cette raison, les gouvernements successifs ont établi et financé depuis plus de 70 ans un radiodiffuseur public, une industrie de production indépendante et un organisme de réglementation autonome pour superviser les pratiques et les activités des entités qui dispensent nos services de programmation.

L'avènement de la radio a suscité au moins autant d'engouement que l'établissement du réseau ferroviaire. Les communautés étaient dorénavant en mesure d'échanger de l'information sur de grandes distances sans avoir à se préoccuper de l'état des routes, des chemins de fer ou de la température. Il suffisait d'avoir l'électricité — un cristal au tout début — et plus tard, un récepteur radio à quatre ou cinq lampes.

Dès le début, les avantages des émissions radiophoniques étaient perçus comme énormes. En effet, la Commission Aird de 1928-1929 croyait que :

> ... la radiodiffusion doit représenter une importance telle pour promouvoir l'unité de la nation qu'une subvention par le gouvernement du Dominion doit être considérée comme une aide essentielle à l'avantage général du Canada plutôt qu'une mesure de circonstance pour compenser tout déficit dans le coût de maintien du service[1].

La remarque suivante a été faite :

> ... Nous sommes frappés par les potentialités de la radiodiffusion comme instrument d'éducation, éducation au sens large, non pas telle qu'on l'entend dans les écoles et les collèges, une éducation qui divertit et informe le public sur les questions d'intérêt national[2].

Ainsi, l'éducation, l'information, le divertissement et l'unité nationale étaient les principales raisons pour lesquelles la Commission Aird a recommandé la création d'un radiodiffuseur public national. Et ce sont ces mêmes motivations qui ont éclairé chaque examen canadien de la radiodiffusion depuis cette époque.

Par exemple, en 1932, le premier ministre R.B. Bennett évoquait une :

> ... association solide fondée sur une entente claire et amicale, résultant d'une connaissance mutuelle plus intime. À ce stade de notre développement national, nous affrontons des problèmes particuliers que nous devons résoudre par tous les moyens à notre disposition. La radio a un rôle à jouer dans la solution. [...] C'est donc le devoir du Parlement de la sauvegarder, de façon que l'ensemble de la population bénéficie de ses services[3].

Dans le même ordre d'idées, la Commission royale d'enquête sur l'avancement des arts, des lettres et des sciences au Canada (Commission Massey-Lévesque) a conclu en 1951 que :

> Depuis vingt ans, le Canada ne s'est pas écarté du principe selon lequel la radiodiffusion est une institution de responsabilité publique [par conséquent] à notre avis, la radiodiffusion est, au Canada, un service d'État dirigé et régi dans l'intérêt public par un organisme comptable au Parlement[4].

Près de 20 ans plus tard, en 1970, le rapport du Comité spécial du Sénat sur les moyens de communications de masse a conclu que :

> ... les radiodiffuseurs utilisent la propriété publique pour transmettre leurs signaux sur les ondes et les Canadiens ont le droit de s'attendre à ce que les radiodiffuseurs utilisent la politique publique pour renforcer notre culture plutôt que de la diluer[3].

Ce point de vue a été confirmé par le groupe de travail de 1986 sur la radiodiffusion canadienne lorsqu'il a été affirmé que :

> Ceux à qui l'on accorde le droit d'utiliser les fréquences radio doivent assumer une responsabilité importante. Ils doivent contribuer à la diffusion de la culture canadienne, une tâche inhérente au privilège qu'ils reçoivent comme fiduciaire public représentant les Canadiens[4].

Dix ans plus tard, le rapport du Comité d'examen des mandats en est arrivé à une conclusion semblable en faisant valoir que :

> Nous avons besoin d'émissions et de films qui permettent à nos citoyens de se comprendre les uns les autres, de développer une conscience nationale et communautaire pour nous aider à façonner nos solutions aux problèmes sociaux et politiques et d'inspirer l'imaginaire de nos enfants et d'exprimer leur espoir[5].

Il est étonnant de noter que la Commission Aird avait fait valoir le même point — mais de façon plus provocante — en 1929 lorsqu'elle a fait remarquer que :

> ... la majorité des émissions entendues proviennent de sources extérieures au Canada. Il a été porté à notre attention que la réception continue de ces émissions a tendance à mouler l'esprit des jeunes gens chez eux à des idéaux et à des points de vue qui ne sont pas canadiens[6].

Ainsi, même si toutes les études de la radiodiffusion n'ont pas nécessairement employé l'expression « fiducie publique », il est certain qu'elles ont constamment souscrit à la vision d'un système de radiodiffusion qui sert les intérêts publics de tous les Canadiens. Il est donc à la fois approprié, et quelque peu troublant, de constater que le rapport de la Commission royale de la radiodiffusion de 1929 — qui ne compte que neuf pages et 19 pages d'annexes — semble tout aussi pertinent aujourd'hui, soit plus de 70 ans après qu'il a été écrit.

Ceci étant dit, le Comité permanent du patrimoine canadien se situe dans un monde beaucoup plus complexe que ce que nos prédécesseurs auraient pu imaginé. Il est donc inévitable que le rapport du comité ne soit pas aussi concis que le rapport Aird l'était en 1929, mais cela ne l'empêche pas d'être aussi osé et provocateur.

Les sections suivantes décrivent brièvement les circonstances sous-jacentes à la législation qui a établi la radiodiffusion au Canada comme une fiducie publique[9]. Comme on le verra, cette évolution s'est produite en une série d'étapes déclenchées par une succession d'études gouvernementales et de lois du Parlement. De courtes biographies des principales personnes qui ont contribué au processus ponctuent le présent rapport afin d'ajouter une dimension humaine à ce qui ressemblerait, autrement, à une simple énumération de rapports déjà publiés[10].

Les débuts : 1913-1928

En vertu de la *Loi du radiotélégraphe de 1913*, un ministre du gouvernement était autorisé à délivrer un permis aux radiodiffuseurs et à exiger des frais peu élevés pour chaque appareil récepteur. À compter de 1922, l'administration de la radio relevait uniquement de la Direction générale de la radio du ministère de la Marine et des Pêcheries. À ce moment-là, la radiodiffusion, sauf dans l'armée, relevait généralement du secteur privé et était utilisée par les amateurs, les diffuseurs commerciaux et les groupes sans but lucratif. La programmation populaire comprenait de la musique, les nouvelles, les bulletins météorologiques, les sports, les divertissements et les événements en direct. Le réseau radiophonique exploité par les Chemins de fer nationaux du Canada (CN) était le seul à l'époque à diffuser à l'échelle nationale.

Dès 1928, 68 stations de radio et plus de 400 000 récepteurs à pile étaient exploités au Canada, y compris CKUA, le premier radiodiffuseur éducatif. Les frais de permis pour les récepteurs radios étaient d'un dollar et très peu de règlements limitaient le contenu des émissions.

Le premier réseau radiophonique national au Canada

En 1922, lorsque le gouvernement canadien a chargé Sir Henry Thornton de créer les Chemins de fer nationaux du Canada (CN) à partir de plusieurs sociétés ferroviaires en faillite, il ne se doutait pas qu'il créerait ainsi le premier réseau radiophonique national du Canada.

Lorsqu'on examine l'histoire de plus près, il semble logique que les chemins de fer — la technologie qui a permis au Canada de conquérir les distances et de prendre forme — seraient le point de départ d'un nouveau lien électronique. Cependant, les raisons qui ont poussé Thornton à développer la radio sont beaucoup plus terre à terre : il avait besoin de publicité positive pour sa nouvelle société et il pensait que la radio, ce nouveau médium, pouvait y parvenir.

Thornton a établi le département de la radio du CN en 1923 et il a lancé immédiatement après une série d'événements publicitaires sous forme de programmes radiophoniques diffusés dans les trains dont les wagons-foyers étaient dotés de récepteurs radios. C'est ainsi que le premier ministre britannique Lloyd George a écouté un programme spécial de nouvelles internationales pendant son trajet d'Ottawa à Montréal et qu'il a ensuite été interviewé par plusieurs journalistes, qui ont fait connaître le service radiophonique du CN dans le monde entier.

CKUA : premier radiodiffuseur éducatif au Canada

En 1925, le département d'éducation à distance de l'Université de l'Alberta a commencé à diffuser des émissions sur CJCA, la station de radio du *Edmonton Journal*. Ces émissions comportaient de courts

exposés de professeurs en études classiques, en histoire et en sciences politiques, des enregistrements de musique d'orchestre accompagnés de commentaires, et de musique interprétée en directe. Le gouvernement provincial a accordé une subvention de 700 $ en 1926 pour construire un transmetteur sur le campus. Un an plus tard, l'université a mis sur pied la station de radio CKUA pour diffuser des programmes éducatifs. CKUA a non seulement été le premier radiodiffuseur éducatif canadien, mais il aussi devancé de cinq ans la SRC.

Propriété publique et réglementation gouvernementale : 1928-1936

Comme il a déjà été mentionné, le gouvernement fédéral a lancé une Commission royale de la radiodiffusion en 1928 pour étudier l'état du système de radiodiffusion canadien. Présidée par Sir John Aird, la Commission avait le mandat officiel de déterminer comment la radiodiffusion au Canada pouvait être réalisée dans l'intérêt des auditeurs canadiens et dans l'intérêt national du Canada[11]. La Commission devait également « soumettre des vœux quant à l'avenir, à l'administration, à la direction, au contrôle et aux finances de ladite industrie »[12].

La Commission royale de la radiodiffusion de 1928

Dans son rapport, la Commission recommandait qu'un organisme public réglemente les radiodiffuseurs privés et diffuse ses propres émissions. Par suite de ces recommandations, la Commission canadienne de radio-diffusion (CCRD), ancêtre de la Société Radio-Canada, a vu le jour en 1932. Les membres de la Commission étaient sir John Aird, Charles Bowman et Augustin Frigon.

Sir John Aird (1855-1978) a été nommé à la tête de la Commission royale en 1928. Charles Bowman, éditeur du *Ottawa Citizen*, était un fervent défenseur de la radiodiffusion publique. Il avait visité la British Broadcasting Corporation (BBC) en 1926 et milité en faveur d'un système supervisé par Ottawa.

En 1924, Thornton s'est attaqué au problème du contenu en obtenant des licences pour trois stations qui allaient être construites et exploitées par le CN. De cette façon, il aurait beaucoup d'émissions de qualité à offrir à ses passagers. Sept autres stations présentaient de temps à autre les émissions du CN.

Le 1er juillet 1927, lors du 60e anniversaire de la Confédération, le « dernier crampon » électronique a été planté lorsque le réseau du CN a diffusé les célébrations de la colline du Parlement partout au Canada, aux États-Unis et en Grande-Bretagne. Il s'agissait de la première diffusion radiophonique nationale au Canada. La diffusion régulière a commencé l'année suivante. Au fil des années, le réseau a pris de l'expansion et comportait 25 stations dans 22 villes. Bien entendu, le CN possédait un avantage indéniable en utilisant ses lignes de télégraphe interurbaines pour diffuser trois heures hebdomadaires d'émissions aux stations participantes. Il a poussé plus loin et investi dans la technologie actuelle des télécommunications : il pouvait alors transmettre 24 signaux sur le même fil.

Ce succès du système d'État a cependant suscité des critiques, surtout de la part du Canadien Pacifique (CP), qui se retrouvait loin derrière. De nouvelles questions de politique ont été soulevées lorsque les émissions américaines ont fait leur entrée au Canada. Le tout a culminé dans le rapport de la Commission Aird sur la radio. Finalement, la dépression et un changement de gouvernement à Ottawa ont mis fin à la période de croissance de la radio du CN. Les stations ont été vendues à la nouvelle Commission canadienne de radio-diffusion (CCRD), qui est devenue en 1936 la Société Radio-Canada.

Après qu'une commission royale s'est penchée sur les sociétés de chemins de fer, Thornton a été forcé de démissionner — bon nombre ont pensé qu'il avait été traité de manière injuste par le gouvernement. Mais son dossier de réalisations diverses, notamment la construction du premier système de radiodiffusion national, était extraordinaire. Thornton avait raison lorsqu'il a dit au rédacteur en chef du *Winnipeg Free Press* : « Je laisse aux futures générations le soin de me juger. J'estime que, lorsque mes ennemis politiques auront étanché leur soif, justice me sera rendue. Peu importe ce qui arrivera, l'administration qui me succèdera recevra une entreprise en bien meilleure posture que lorsque j'en ai pris la tête... »[13]

Cela étant dit, le Comité permanent du patrimoine canadien se situe dans un monde beaucoup plus complexe que ce que nos prédécesseurs auraient pu imaginer. Il est donc inévitable que le rapport du comité ne soit pas aussi concis que le rapport Aird l'était en 1929, mais cela ne l'empêche pas d'être aussi osé et provocateur.

Les sections suivantes décrivent brièvement les circonstances sous-jacentes à la législation qui a établi la radiodiffusion au Canada comme une fiducie publique. Comme on le verra, cette évolution s'est produite en une série d'étapes déclenchées par une succession d'études gouvernementales et de lois du Parlement. De courtes biographies des principales personnes qui ont contribué au processus ponctuent le présent rapport afin d'ajouter une dimension humaine à ce qui ressemblerait autrement à une simple énumération de rapports déjà publiés.

Les débuts : 1913-1928

En vertu de la *Loi de radiotélégraphie de 1913*, un ministre du gouvernement était autorisé à délivrer un permis aux radiodiffuseurs et à exiger des frais peu élevés pour chaque appareil récepteur. À compter de 1922, l'administration de la radio relevait uniquement de la Direction générale de la radio du ministère de la Marine et des Pêcheries. À ce moment-là, la radiodiffusion, sauf dans l'armée, relevait généralement du secteur privé et était utilisée par les amateurs, les diffuseurs commerciaux et les groupes sans but lucratif. La programmation populaire comprenait de la musique, les nouvelles, les bulletins météorologiques, les sports, les divertissements et les événements en direct. Le réseau radiophonique exploité par les Chemins de fer nationaux du Canada (CN) était le seul à l'époque à diffuser à l'échelle nationale.

Dès 1928, 68 stations de radio et plus de 400 000 récepteurs à pile étaient exploités au Canada, y compris CKUA, le premier radiodiffuseur éducatif. Les frais de permis pour les récepteurs radios étaient d'un dollar et très peu de règlements limitaient le contenu des émissions.

Le premier réseau radiophonique national au Canada

En 1922, lorsque le gouvernement canadien a chargé Sir Henry Thornton de créer les Chemins de fer nationaux du Canada (CN) à partir de plusieurs sociétés ferroviaires en faillite, il ne se doutait pas qu'il créerait ainsi le premier réseau radiophonique national du Canada.

Lorsqu'on examine l'histoire de plus près, il semble logique que les chemins de fer — la technologie qui a permis au Canada de conquérir les distances et de prendre forme — seraient le point de départ d'un nouveau lien électronique. Cependant, les raisons qui ont poussé Thornton à développer la radio sont beaucoup plus terre à terre : il avait besoin de publicité positive pour sa nouvelle société et il pensait que la radio, ce nouveau médium, pouvait y parvenir.

Thornton a établi le département de la radio du CN en 1923 et il a lancé immédiatement après une série d'événements publicitaires sous forme de programmes radiophoniques diffusés dans les trains dont les wagons-foyers étaient dotés de récepteurs radios. C'est ainsi que le premier ministre britannique Lloyd George a écouté un programme spécial de nouvelles internationales pendant son trajet d'Ottawa à Montréal et qu'il a ensuite été interviewé par plusieurs journalistes, qui ont fait connaître le service radiophonique du CN dans le monde entier.

CKUA : premier radiodiffuseur éducatif au Canada

En 1925, le département d'éducation à distance de l'Université de l'Alberta a commencé à diffuser des émissions sur CJCA, la station de radio du *Edmonton Journal*. Ces émissions comportaient de courts

exposés de professeurs en études classiques, en histoire et en sciences politiques, des enregistrements de musique d'orchestre accompagnés de commentaires, et de musique interprétée en directe. Le gouvernement provincial a accordé une subvention de 700 $ en 1926 pour construire un transmetteur sur le campus. Un an plus tard, l'université a mis sur pied la station de radio CKUA pour diffuser des programmes éducatifs. CKUA a non seulement été le premier radiodiffuseur éducatif canadien, mais il aussi devancé de cinq ans la SRC.

Propriété publique et réglementation gouvernementale : 1928-1936

Comme il a déjà été mentionné, le gouvernement fédéral a lancé une Commission royale de la radiodiffusion en 1928 pour étudier l'état du système de radiodiffusion canadien. Présidée par Sir John Aird, la Commission avait le mandat officiel de déterminer comment la radiodiffusion au Canada pouvait être réalisée dans l'intérêt des auditeurs canadiens et dans l'intérêt national du Canada. La Commission devait également « soumettre des vœux quant à l'avenir, à l'administration, à la direction, au contrôle et aux finances de ladite industrie ».

La Commission royale de la radiodiffusion de 1928

Dans son rapport, la Commission recommandait qu'un organisme public réglemente les radiodiffuseurs privés et diffuse ses propres émissions. Par suite de ces recommandations, la Commission canadienne de radio-diffusion (CCRD), ancêtre de la Société Radio-Canada, a vu le jour en 1932. Les membres de la Commission étaient sir John Aird, Charles Bowman et Augustin Frigon.

Sir John Aird (1855-1938) a été nommé à la tête de la Commission royale en 1928. Charles Bowman, éditeur du *Ottawa Citizen*, était un fervent défenseur de la radiodiffusion publique. Il avait visité la British Broadcasting Corporation (BBC) en 1926 et milité en faveur d'un système supervisé par Ottawa.

En 1924, Thornton s'est attaqué au problème du contenu en obtenant des licences pour trois stations qui allaient être construites et exploitées par le CN. De cette façon, il aurait beaucoup d'émissions de qualité à offrir à ses passagers. Sept autres stations présentaient de temps à autre les émissions du CN.

Le 1er juillet 1927, lors du 60e anniversaire de la Confédération, le « dernier crampon » électronique a été planté lorsque le réseau du CN a diffusé les célébrations de la colline du Parlement partout au Canada, aux États-Unis et en Grande-Bretagne. Il s'agissait de la première diffusion radiophonique nationale au Canada. La diffusion régulière a commencé l'année suivante. Au fil des années, le réseau a pris de l'expansion et comportait 25 stations dans 22 villes. Bien entendu, le CN possédait un avantage indéniable en utilisant ses lignes de télégraphe interurbaines pour diffuser trois heures hebdomadaires d'émissions aux stations participantes. Il a poussé plus loin et investi dans la technologie actuelle des télécommunications : il pouvait alors transmettre 24 signaux sur le même fil.

Ce succès du système d'État a cependant suscité des critiques, surtout de la part du Canadien Pacifique (CP), qui se retrouvait loin derrière. De nouvelles questions de politique ont été soulevées lorsque les émissions américaines ont fait leur entrée au Canada. Le tout a culminé dans le rapport de la Commission Aird sur la radio. Finalement, la dépression et un changement de gouvernement à Ottawa ont mis fin à la période de croissance de la radio du CN. Les stations ont été vendues à la nouvelle Commission canadienne de radio-diffusion (CCRD), qui est devenue en 1936 la Société Radio-Canada.

Après qu'une commission royale s'est penchée sur les sociétés de chemins de fer, Thornton a été forcé de démissionner — bon nombre ont pensé qu'il avait été traité de manière injuste par le gouvernement. Mais son dossier de réalisations diverses, notamment la construction du premier système de radiodiffusion national, était extraordinaire. Thornton avait raison lorsqu'il a dit au rédacteur en chef du *Winnipeg Free Press* : « Je laisse aux futures générations le soin de me juger. J'estime que, lorsque mes ennemis politiques auront étanché leur soif, justice me sera rendue. Peu importe ce qui arrivera, l'administration qui me succèdera recevra une entreprise en bien meilleure posture que lorsque j'en ai pris la tête... »[1]

Tout au long de sa carrière d'ingénieur électrique et de directeur général de l'éducation technique au Québec, Augustin Frigon a aidé à façonner la radiodiffusion publique canadienne. Il s'est battu pour donner un rôle important au gouvernement provincial dans la radiodiffusion. En 1936, il est devenu directeur général adjoint de la SRC, chargé du développement technique de la Société, et, en 1943, directeur général. Dans le cadre de ses fonctions, il a mis en œuvre le plan proposé dans le rapport Aird, mis sur pied de nouveaux services de radio comme le réseau FM, le service international et les ondes courtes, ce qui a permis à la Société de se bâtir une réputation enviable auprès de la communauté internationale de la science de la radiodiffusion. Pendant la guerre, M. Frigon a aussi participé au débat pour savoir si la SRC devait donner du temps d'antenne aux deux groupes pendant le plébiscite sur la conscription. Il a donc joué un rôle majeur dans le développement de la Société Radio-Canada.

L'interférence de signaux et la surcharge des ondes, faute d'une gestion adéquate du spectre, étaient certaines des raisons de la mise sur pied de la Commission Aird. Toutefois, le nombre disproportionné de Canadiens qui recevaient et qui écoutaient des signaux américains, un phénomène qui, en plus de ralentir le développement de la radio canadienne, avait, comme il a déjà été mentionné, tendance à mouler l'esprit des jeunes gens chez eux aux idéaux et opinions qui n'étaient pas canadiens, constituait une préoccupation prédominante.

Graham Spry (1900-1983) a été toute sa vie un fervent défenseur de la radiodiffusion publique. Il a fondé avec Alan Plaunt la Canadian Radio League en 1930. Il a joué un rôle important pour mobiliser l'opinion publique et politique en faveur de la radiodiffusion publique au Canada.

Il a été président de la Canadian Radio League de 1930 à 1934, puis de la Canadian Broadcasting League de 1968 à 1973. La Canadian Radio League a milité pour l'application de la recommandation générale de la Commission royale sur la radiodiffusion de 1929, à savoir la création et l'exploitation par l'État d'un système national.

Un autre sujet de préoccupation pour bien des gens de cette époque était l'accessibilité inégale aux services et aux programmes canadiens dans les diverses régions du Canada. La Commission Aird a reconnu ce problème et a affirmé que « dans un pays aussi étendu que le Canada, la radiodiffusion deviendra sans aucun doute un puissant facteur dans

Tout au long de sa carrière d'ingénieur électrique et de directeur général de l'éducation technique au Québec, Augustin Frigon a aidé à façonner la radiodiffusion publique canadienne. Il s'est battu pour donner un rôle important au gouvernement provincial dans la radiodiffusion. En 1936, il est devenu directeur général adjoint de la SRC, chargé du développement technique de la Société, et, en 1943, directeur général. Dans le cadre de ses fonctions, il a mis en œuvre le plan proposé dans le rapport Aird, mis sur pied de nouveaux services de radio comme le réseau FM, le service international et les ondes courtes, ce qui a permis à la Société de se bâtir une réputation enviable auprès de la communauté internationale de la science de la radiodiffusion. Pendant la guerre, M. Frigon a aussi participé au débat pour savoir si la SRC devait donner du temps d'antenne aux deux groupes pendant le plébiscite sur la conscription. Il a donc joué un rôle majeur dans le développement de la Société Radio-Canada.

L'interférence de signaux et la surcharge des ondes, faute d'une gestion adéquate du spectre, étaient certaines des raisons de la mise sur pied de la Commission Aird. Toutefois, le nombre disproportionné de Canadiens qui recevaient et qui écoutaient des signaux américains, un phénomène qui, en plus de ralentir le développement de la radio canadienne, avait, comme il a déjà été mentionné, tendance à mouler l'esprit des jeunes gens chez eux aux idéaux et opinions qui n'étaient pas canadiens, constituait une préoccupation prédominante[4].

Graham Spry (1900-1983) a été toute sa vie un fervent défenseur de la radiodiffusion publique. Il a fondé avec Alan Plaunt la Canadian Radio League en 1930. Il a joué un rôle important pour mobiliser l'opinion publique et politique en faveur de la radiodiffusion publique au Canada.

Il a été président de la Canadian Radio League de 1930 à 1934, puis de la Canadian Broadcasting League de 1968 à 1973. La Canadian Radio League a milité pour l'application de la recommandation générale de la Commission royale sur la radiodiffusion de 1929, à savoir la création et l'exploitation par l'État d'un système national.

Un autre sujet de préoccupation pour bien des gens de cette époque était l'accessibilité inégale aux services et aux programmes canadiens dans les diverses régions du Canada. La Commission Aird a reconnu ce problème et a affirmé que « dans un pays aussi étendu que le Canada, la radiodiffusion deviendra sans aucun doute un puissant facteur dans

l'épanouissement du sentiment national et du civisme »[14]. Le rapport a donc proposé la création d'un diffuseur public national, semblable à la BBC. Seulement de cette façon, selon la Commission, serait-t-il possible de servir adéquatement les intérêts des auditeurs et de la nation[15].

Parallèlement à la Commission Aird, le gouvernement du Québec a joué un rôle de premier choix pour établir la place du provincial dans la radiodiffusion. Il a adopté la première loi sur la radio en 1929, alors que la Commission Aird siégeait encore, et l'a renforcée en 1931 par une loi sur les licences et la responsabilité civile en matière de radiodiffusion[16].

L'année suivante, en 1932, à la suite des jugements de la Cour suprême du Canada et du Comité judiciaire du Conseil privé de Londres, il a été confirmé que la compétence fédérale sur les ondes et sur le contenu des émissions permettait la création d'un radiodiffuseur public national. Par la suite, un comité parlementaire spécial était créé pour mettre en œuvre les recommandations de la Commission Aird. Cela a donné lieu, grâce à l'appui de tous les partis, à la promulgation la même année de la *Loi canadienne sur la radiodiffusion*, une loi créant la Commission canadienne de radiodiffusion (CCRD).

Conformément à la vision de la Commission Aird d'une « société nationale qui possédera et exploitera tous les postes de radio situés au Canada »[17], la CCRD a été conçue comme une commission de trois personnes chargée de réglementer, de contrôler et d'exécuter les activités de radiodiffusion au Canada dans l'intérêt public. La CCRD a reçu le mandat de diffuser les émissions; de louer, d'acheter ou de bâtir des installations; et, avec le temps, d'assumer le contrôle complet de tous les aspects de la radiodiffusion canadienne. Autrement dit, elle devait créer une situation de monopole semblable à celle dont jouissait la BBC au Royaume-Uni.

La création de la CCRD a toutefois coïncidé avec la dépression économique de 1930, de sorte que le gouvernement du premier ministre Bennett ne pouvait pas assurer le financement nécessaire à la CCRD. Par conséquent, la Commission a établi des stations dans cinq villes seulement et a compté sur des radiodiffuseurs privés pour retransmettre les émissions de son réseau dans d'autres villes et régions. Cela a eu pour effet d'établir un système public-privé, une situation qui caractérise le système de diffusion canadien encore aujourd'hui.

La SRC, organisme de réglementation et exploitant : 1936-1958

Au début des années 1930, plus d'un million de foyers canadiens détenaient un permis de radio et les auditeurs avaient l'habitude de recevoir chaque jour plusieurs heures d'émissions du réseau CCRD, sans mentionner la poignée de postes privés qui diffusaient de la musique, des bulletins de nouvelles locales, des sports et rediffusaient des émissions de divertissement populaires américaines. En même temps, les Canadiens vivant en région limitrophe continuaient de recevoir les radiodiffusions hertziennes en provenance des États-Unis.

À la suite de l'élection d'un nouveau gouvernement en 1935, le premier ministre Mackenzie King a décidé que la *Loi canadienne de la radiodiffusion de 1932* devait être révisée pour saisir plus pleinement l'essence du rapport Aird et tenir compte des reproches selon lesquels la CCRD n'était pas suffisamment autonome. Peu après, en 1936, une loi considérablement modifiée a été adoptée par le Parlement, qui intégrait le principe que le radiodiffuseur public était public et non pas un radiodiffuseur d'État. Elle a également créé un organisme plus autonome, la Société Radio-Canada (SRC) pour remplacer la CCRD.

La nouvelle loi a conféré à la SRC le mandat d'émettre des permis et de réglementer tous les aspects du système national de radiodiffusion, y compris les stations privées qui ne lui appartenaient pas et qu'elle n'exploitait pas directement. Financée à même une redevance plus élevée, la SRC a été en mesure de prendre des mesures énergiques pour élargir sa portée grâce à la construction d'un réseau de transmetteurs régionaux. Elle a également augmenté ses heures de diffusion en important des émissions américaines. Par conséquent, après huit ans, la SRC exploitait deux réseaux anglophones (TransCanada et Dominion) et un réseau francophone. En même temps, même si elles n'étaient pas autorisées à former des réseaux nationaux, les stations de radio privées étaient florissantes.

Arnold Davidson Dunton (1912-1987) était un fonctionnaire et un éducateur. En 1945, il est devenu le premier président à plein temps de la Société Radio-Canada. Il militait ardemment en faveur du financement public d'un système de télévision qui serait d'un grand intérêt national et était un défenseur convaincant de l'indépendance de la Société.

De 1932, année où il a lancé un mouvement de jeunes nationalistes québécois, jusqu'à sa mort en 1968, André Laurendeau a été un journaliste et un intellectuel qui a vécu au cœur du débat nationaliste du Québec. Secrétaire de la Ligue pour la défense du Canada, il a remis en question le rôle de la SRC dans la promotion de la politique gouvernementale pendant la crise de la conscription de 1942. Il a milité en faveur d'un Canada biculturel dans lequel les cultures française et anglaise pouvaient coexister et ce, avant la Commission Massey, dont il a d'ailleurs critiqué l'approche centralisatrice. Il a au cours de sa carrière, siégé à l'Assemblée législative du Québec. Éditeur du *Devoir*, il a souvent publié des articles influents sur les questions propres à la radiodiffusion. De 1963 à 1968, il a coprésidé aux côtés de Davidson Dunton la Commission royale d'enquête sur le bilinguisme et le biculturalisme.

Comme il a déjà été mentionné, la Commission Massey-Lévesque a reconnu et affirmé les caractéristiques de fiducie publique des activités de diffusion canadienne en 1951. Son rapport — qui n'a paru que quelques mois avant l'avènement de la télévision au Canada — n'a pas prévu et peut-être, ne pouvait pas prévoir, la rapidité avec laquelle la nouvelle technologie rendrait intenable le double rôle de la SRC comme monopole de radiodiffusion et organisme de réglementation.

Charles Vincent Massey est né à Toronto en 1887 et est décédé à Londres (Angleterre) en 1967. Politicien et diplomate, il a été le tout premier gouverneur général du Canada né au pays. Il a été nommé à la présidence de la Commission royale d'enquête sur l'avancement des arts, lettres et sciences au Canada. Le rapport qui a découlé de ses travaux, publié en 1951, a mené à la création du Conseil des arts du Canada en 1957.

Le père Georges-Henri Lévesque était un frère dominicain et un éducateur. Précurseur intellectuel de la Révolution tranquille québécoise, qui a bouleversé le paysage social de la province, ses idées d'avant-garde ont causé des frictions entre lui et le premier ministre québécois Maurice Duplessis. Le père Lévesque a donné une telle importance à la Commission Massey en 1949, qu'elle a souvent été appelée Commission Massey-Lévesque, bien qu'il n'en ait pas été coprésident. Il a fondé la Faculté des sciences sociales de l'Université Laval, dont il a été doyen jusqu'en 1955. Plus tard, il a fondé et dirigé la Maison Montmorency, un centre près de Québec consacré aux débats culturels, sociaux et religieux ainsi qu'à l'activisme. En 1963, il a

La SRC, organisme de réglementation et exploitant : 1936-1958

Au début des années 1930, plus d'un million de foyers canadiens détenaient un permis de radio et les auditeurs avaient l'habitude de recevoir chaque jour plusieurs heures d'émissions du réseau CCRD, sans mentionner la poignée de postes privés qui diffusaient de la musique, des bulletins de nouvelles locales, des sports et rediffusaient des émissions de divertissement populaires américaines. En même temps, les Canadiens vivant en région limitrophe continuaient de recevoir les radiodiffusions hertziennes en provenance des États-Unis.

À la suite de l'élection d'un nouveau gouvernement en 1935, le premier ministre Mackenzie King a décidé que la *Loi canadienne de la radiodiffusion de 1932* devait être révisée pour saisir plus pleinement l'essence du rapport Aird et tenir compte des reproches selon lesquels la CCRD n'était pas suffisamment autonome. Peu après, en 1936, une loi considérablement modifiée a été adoptée par le Parlement, qui intégrait le principe que le radiodiffuseur public était public et non pas un radiodiffuseur d'État. Elle a également créé un organisme plus autonome, la Société Radio-Canada (SRC), pour remplacer la CCRD.

La nouvelle loi a confié à la SRC le mandat d'émettre des permis et de réglementer tous les aspects du système national de radiodiffusion, y compris les stations privées qui ne lui appartenaient pas et qu'elle n'exploitait pas directement. Financée à même une redevance plus élevée, la SRC a été en mesure de prendre des mesures énergiques pour élargir sa portée grâce à la construction d'un réseau de transmetteurs régionaux. Elle a également augmenté ses heures de diffusion en important des émissions américaines. Par conséquent, après huit ans, la SRC exploitait deux réseaux anglophones, TransCanada et Dominion, et un réseau francophone. En même temps, même si elles n'étaient pas autorisées à former des réseaux nationaux, les stations de radio privées étaient florissantes.

Arnold Davidson Dunton (1912-1987) était un fonctionnaire et un éducateur. En 1945, il est devenu le premier président à plein temps de la Société Radio-Canada. Il militait ardemment en faveur du financement public d'un système de télévision qui serait d'un grand intérêt national et était un défenseur convaincant de l'indépendance de la Société.

De 1932, année où il a lancé un mouvement de jeunes nationalistes québécois, jusqu'à sa mort en 1968, André Laurendeau a été un journaliste et un intellectuel qui a vécu au cœur du débat nationaliste du Québec. Secrétaire de la Ligue pour la défense du Canada, il a remis en question le rôle de la SRC dans la promotion de la politique gouvernementale pendant la crise de la conscription de 1942. Il a milité en faveur d'un Canada biculturel dans lequel les cultures française et anglaise pouvaient coexister et ce, avant la Commission Massey, dont il a d'ailleurs critiqué l'approche centralisatrice. Il a au cours de sa carrière, siégé à l'Assemblée législative du Québec. Éditeur du *Devoir*, il a souvent publié des articles influents sur les questions propres à la radiodiffusion. De 1963 à 1968, il a coprésidé aux côtés de Davidson Dunton la Commission royale d'enquête sur le bilinguisme et le biculturalisme.

Comme il a déjà été mentionné, la Commission Massey-Lévesque a reconnu et affirmé les caractéristiques de fiducie publique des activités de diffusion canadienne en 1951. Son rapport — qui n'a paru que quelques mois avant l'avènement de la télévision au Canada — n'a pas prévu et peut-être ne pouvait pas prévoir la rapidité avec laquelle la nouvelle technologie rendrait intenable le double rôle de la SRC comme monopole de radiodiffusion et organisme de réglementation.

Charles Vincent Massey est né à Toronto en 1887 et est décédé à Londres (Angleterre) en 1967. Politicien et diplomate, il a été le tout premier gouverneur général du Canada né au pays. Il a été nommé à la présidence de la Commission royale d'enquête sur l'avancement des arts, lettres et sciences au Canada. Le rapport qui a découlé de ses travaux, publié en 1951, a mené à la création du Conseil des arts du Canada en 1957.

Le père Georges-Henri Lévesque était un frère dominicain et un éducateur. Précurseur intellectuel de la Révolution tranquille québécoise, qui a bouleversé le paysage social de la province, ses idées d'avant-garde ont causé des frictions entre lui et le premier ministre québécois Maurice Duplessis. Le père Lévesque a donné une telle importance à la Commission Massey en 1949, qu'elle a souvent été appelée Commission Massey-Lévesque, bien qu'il n'en ait pas été coprésident. Il a fondé la Faculté des sciences sociales de l'Université Laval, dont il a été doyen jusqu'en 1955. Plus tard, il a fondé et dirigé la Maison Montmorency, un centre près de Québec consacré aux débats culturels, sociaux et religieux ainsi qu'à l'activisme. En 1963, il a

débarqué au Rwanda, où il a fondé l'Université nationale du Rwanda. Il en a été le recteur jusqu'en 1972. Le père Lévesque est décédé en 2000 à l'âge de 96 ans.

Hilda Neatby, historienne et auteure canadienne connue, était directrice intérimaire du département d'histoire de l'Université de la Saskatchewan lorsqu'elle a été recrutée pour faire partie de la Commission Massey, de 1949 à 1951. Cette étude approfondie sur l'éducation et la culture l'a amenée à publier *So Little for the Mind* en 1953, une critique controversée du système d'éducation canadien fondée sur quatre décennies à titre d'étudiante et de professeure. En plus de sa grande préoccupation concernant l'éducation, Mme Neatby était connue pour ses opinions tranchées sur des sujets allant de la religion à la politique. Historienne et féministe avant que le mot ne devienne à la mode, elle a étudié le rôle du Québec dans le Canada.

En septembre 1952, la télévision de la SRC est entrée en ondes à Montréal et à Toronto. Au début, chaque marché canadien était limité par l'organisme de réglementation de la diffusion de la SRC à une station de télévision (en général un détenteur de permis de poste privé) qui devait transmettre les émissions nationales de la SRC. Toutefois, il est devenu évident que la soif du public pour plus de choix et plus de contenu ne pourrait pas être étanchée dans le cadre d'un régime de politique où le seul fiduciaire de diffusion public du système était également l'organisme de réglementation. La question était tellement épineuse qu'une Commission royale de la radiodiffusion canadienne, présidée par Robert M. Fowler, a été formée en 1955. Elle devait recommander de nouvelles dispositions législatives en matière de radiodiffusion.

Robert MacLaren Fowler (1906-1980) était un avocat et un dirigeant. Il a présidé une commission royale et le comité fédéral sur la radiodiffusion. En 1955, il a été nommé à la tête de la Commission royale d'enquête sur la radio et la télévision. Son rapport, déposé en mars 1957, appuyait fermement la Société Radio-Canada, mais recommandait la création d'un nouvel organisme de réglementation de la radiodiffusion publique et privée. Le gouvernement de l'époque n'a pas donné suite à toutes les recommandations et en 1965, Fowler a présidé un nouveau comité fédéral chargé d'étudier la question. Ce comité a lui aussi recommandé des changements, qui ont mené à la création du Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC) en 1968.

débarqué au Rwanda, où il a fondé l'Université nationale du Rwanda. Il en a été le recteur jusqu'en 1972. Le père Lévesque est décédé en 2000 à l'âge de 96 ans.

Hilda Neatby, historienne et auteure canadienne connue, était directrice intérimaire du département d'histoire de l'Université de la Saskatchewan lorsqu'elle a été recrutée pour faire partie de la Commission Massey, de 1949 à 1951. Cette étude approfondie sur l'éducation et la culture l'a amenée à publier *So Little for the Mind* en 1953, une critique controversée du système d'éducation canadien fondée sur quatre décennies à titre d'étudiante et de professeure. En plus de sa grande préoccupation concernant l'éducation, Mme Neatby était connue pour ses opinions tranchées sur des sujets allant de la religion à la politique. Historienne et féministe avant que le mot ne devienne à la mode, elle a étudié le rôle du Québec dans le Canada.

En septembre 1952, la télévision de la SRC est entrée en ondes à Montréal et à Toronto. Au début, chaque marché canadien était limité par l'organisme de réglementation de la diffusion de la SRC à une station de télévision (en général un détenteur de permis de poste privé) qui devait transmettre les émissions nationales de la SRC. Toutefois, il est devenu évident que la soif du public pour plus de choix et plus de contenu ne pourrait pas être étanchée dans le cadre d'un régime de politique où le seul fiduciaire de diffusion public du système était également l'organisme de réglementation. La question était tellement épineuse qu'une Commission royale de la radiodiffusion canadienne, présidée par Robert M. Fowler, a été formée en 1955. Elle devait recommander de nouvelles dispositions législatives en matière de radiodiffusion.

Robert MacLaren Fowler (1906-1980) était un avocat et un dirigeant. Il a présidé une commission royale et le comité fédéral sur la radiodiffusion. En 1955, il a été nommé à la tête de la Commission royale d'enquête sur la radio et la télévision. Son rapport, déposé en mars 1957, appuyait fermement la Société Radio-Canada, mais recommandait la création d'un nouvel organisme de réglementation de la radiodiffusion publique et privée. Le gouvernement de l'époque n'a pas donné suite à toutes les recommandations et en 1965, Fowler a présidé un nouveau comité fédéral chargé d'étudier la question. Ce comité a lui aussi recommandé des changements, qui ont mené à la création du Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC) en 1968.

Réglementation par le Bureau des gouverneurs de la radiodiffusion : 1958-1968

Le rapport de la Commission Fowler de 1957 sur la radiodiffusion canadienne a reconnu le conflit inhérent au rôle double de la SRC à titre d'exploitant et d'organisme de réglementation. Il a recommandé que ses fonctions de diffusion statutaires soient séparées de ses obligations en matière de réglementation de la diffusion et qu'un organisme distinct et indépendant soit établi pour réglementer la diffusion dans l'intérêt public. Les auteurs du rapport expliquaient :

> À notre avis, deux facteurs ont déterminé en fait les destinées de la radio et de la télévision. Une séparation effective des pouvoirs devrait être plus clairement définie dans la loi. D'abord, un organisme doit être chargé de diriger les postes de l'État et les réseaux nationaux et d'assurer la production et la distribution d'un service national d'émissions dans tout le Canada. ...
>
> L'autre organisme public, dans le domaine de la radio-télévision canadienne, devrait être une commission créée par le Parlement, autorisée à agir en son nom, et comptable à celui-ci de la direction et de la surveillance du régime canadien de radio-télévision. Cette commission serait responsable de tous les éléments de la radio et de la télévision au Canada. Elle ne devrait pas faire partie de la Société Radio-Canada et ses membres ne devraient pas [...] constituer la Société[7].

Convaincu par cet argument, le gouvernement du premier ministre Diefenbaker a rapidement présenté et adopté la *Loi sur la radiodiffusion* de 1958 qui créait un nouveau cadre de politique pour le système de diffusion canadien.

La *Loi sur la radiodiffusion* de 1958 a créé le Bureau des gouverneurs de la radiodiffusion (BGR), comptant 15 membres, qui était chargé de réglementer les activités et les relations entre les diffuseurs publics et privés du Canada et d'assurer le fonctionnement efficace de la radiodiffusion nationale. Le BGR devait examiner les demandes de nouveaux postes et faire des recommandations sur les licences de radiodiffusion au ministre responsable. La *Loi* a également créé un conseil des gouverneurs pour superviser les activités de la SRC et qui ferait rapport indépendamment au Parlement.

Ingénieur de formation, Joseph-Alphonse Ouimet (1908-1988) a présidé la Société Radio-Canada. Il a travaillé pour une entreprise qui développait la télévision et il a construit un prototype de récepteur de télévision en 1932. En 1934, il est entré au service de la Commission canadienne de radio-diffusion, qui est devenue plus tard la Société Radio-Canada. À titre d'ingénieur en chef à compter de 1948, il a en quelque sorte créé la radiodiffusion canadienne. En 1953, il est devenu directeur général de la SRC puis président en 1958. Sous sa direction, le service de télévision national a pris de l'expansion, d'un océan à l'autre et dans les deux langues.

Sous la supervision du BGR, la télévision canadienne s'est développée rapidement, tandis que la radio est devenue dans la plupart des cas un service local ou communautaire, à l'exception de la SRC qui a continué de maintenir et d'élargir son réseau national. Entre-temps, un réseau de télévision privé, Independent Television Organization — qui devait devenir bientôt CTV — a commencé à diffuser dans les grands centres au début des années 1960. Vers cette époque, la diffusion, autant la télévision que la radio, se situait déjà au troisième rang sur le plan de la rentabilité parmi les 180 plus grandes industries canadiennes.

En 1964, le gouvernement fédéral a créé le Comité Fowler sur la radiodiffusion pour étudier la présence et la domination croissantes des émissions américaines au Canada. Le Comité Fowler devait également se pencher sur certains points ambigus de la *Loi sur la radiodiffusion* qui étaient sources de conflits entre le BGR et la SRC, et apporter des mesures correctives.

Le Comité Fowler a présenté son rapport au Parlement en 1965. Il critiquait fermement les réalisations du BGR, de la SRC et des radiodiffuseurs privés et déclarait que le Parlement devrait énoncer clairement et sans ambiguïté sa politique de radiodiffusion. Cela dit, il reconnaissait que ni le gouvernement ni le Parlement ne devraient prendre part aux détails de l'administration, du financement et de la programmation. C'est pourquoi il proposait qu'un nouvel organisme de réglementation de la radiodiffusion voie le jour et rende compte au Parlement de l'atteinte des objectifs adoptés.

En réponse à ce rapport, le gouvernement a publié en 1966 un livre blanc sur la radiodiffusion et l'a confié au Comité permanent de la radiodiffusion, des films et de l'assistance aux arts. Dans son livre blanc, le gouvernement déclarait qu'il demanderait au Parlement d'adopter une

Ingénieur de formation, Joseph-Alphonse Ouimet (1908-1988) a présidé la Société Radio-Canada. Il a travaillé pour une entreprise qui développait la télévision et il a construit un prototype de récepteur de télévision en 1932. En 1934, il est entré au service de la Commission canadienne de radio-diffusion, qui est devenue plus tard la Société Radio-Canada. À titre d'ingénieur en chef à compter de 1948, il a en quelque sorte créé la radiodiffusion canadienne. En 1953, il est devenu directeur général de la SRC puis président en 1958. Sous sa direction, le service de télévision national a pris de l'expansion, d'un océan à l'autre et dans les deux langues.

Sous la supervision du BCR, la télévision canadienne s'est développée rapidement, tandis que la radio est devenue dans la plupart des cas un service local ou communautaire, à l'exception de la SRC, qui a continué de maintenir et d'élargir son réseau national. Entre-temps, un réseau de télévision privé, Independent Television Organization — qui devait devenir bientôt CTV — a commencé à diffuser dans les grands centres au début des années 1960. Vers cette époque, la diffusion (autant la télévision que la radio) se situait déjà au troisième rang sur le plan de la rentabilité parmi les 140 plus grandes industries canadiennes.

En 1964, le gouvernement fédéral a créé le Comité Fowler sur la radiodiffusion pour étudier la présence et la domination croissantes des émissions américaines au Canada. Le Comité Fowler devait également se pencher sur certains points ambigus de la *Loi sur la radiodiffusion* qui étaient sources de conflits entre le BCR et la SRC, et apporter des mesures correctives.

Le Comité Fowler a présenté son rapport au Parlement en 1965. Il critiquait fermement les réalisations du BCR, de la SRC et des radiodiffuseurs privés et déclarait que le Parlement devrait énoncer clairement et sans ambiguïté sa politique de radiodiffusion. Cela dit, il reconnaissait que ni le gouvernement ni le Parlement ne devraient prendre part aux détails de l'administration, du financement et de la programmation. C'est pourquoi il proposait qu'un nouvel organisme de réglementation de la radiodiffusion voie le jour et rende compte au Parlement de l'atteinte des objectifs adoptés.

En réponse à ce rapport, le gouvernement a publié en 1966 un livre blanc sur la radiodiffusion et l'a confié au Comité permanent de la radiodiffusion, des films et de l'assistance aux arts. Dans son livre blanc, le gouvernement déclarait qu'il demanderait au Parlement d'adopter une

nouvelle politique et une nouvelle loi sur la radiodiffusion qui établiraient l'autorité et les responsabilités de la gestion de la SRC et de la réglementation de la radiodiffusion privée et publique au Canada.

En mars 1967, le Comité permanent a déposé son rapport dans lequel il déclarait que :

> Un système de radiodiffusion distinctement canadien est essentiel pour notre identité nationale, notre unité et notre dynamisme au cours de notre second siècle d'existence. ... Le Comité est d'avis que ce n'est au Parlement ou au gouvernement de s'occuper de la programmation ou du fonctionnement quotidien du système de radiodiffusion. Il incombe cependant au Parlement de définir l'intérêt public que doit servir notre système de radiodiffusion et d'énoncer une politique nationale à cet égard. Le Parlement a aussi la tâche de mettre sur pied une structure viable dans laquelle le service que nous recherchons pourra être assuré aux Canadiens[7].

Le Comité permanent a par conséquent formulé plusieurs recommandations qui ont eu un effet durable sur l'élaboration de la politique visant la réglementation et la supervision du système de radiodiffusion canadien. Il a ainsi recommandé que la Société Radio-Canada devienne le principal instrument de politique publique dans le domaine de la radiodiffusion, que le conseil de réglementation ne participe pas au fonctionnement quotidien (décisions et politiques) de la SRC, que le conseil de réglementation ne soit pas autorisé à donner des directives aux radiodiffuseurs quant à des programmes spécifiques, sauf par des règlements généraux ou les conditions d'une licence, que l'on encourage l'épanouissement du talent canadien, que la concentration excessive des médias soit contrôlée par le conseil de réglementation, que les émissions étrangères soient diffusées à conditions que les Canadiens aient accès à des émissions canadiennes de grande qualité.

Réglementation par le CRTC : 1968-1991

Fort des propositions contenues dans le rapport Fowler, le livre blanc et le rapport du Comité permanent, le Parlement a adopté une nouvelle *Loi sur la radiodiffusion* en 1968. Il créait ainsi un nouvel organisme de réglementation indépendant, le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC)[8]. La Loi conférait au CRTC le pouvoir de délivrer des licences de radiodiffusion et un mandat visant à assurer : que la propriété et l'administration de la radiodiffusion restent

entre les mains des Canadiens, que la programmation soit de haute qualité avec un contenu canadien substantiel, que la radiodiffusion canadienne sauvegarde, enrichisse et renforce la nation du Canada d'un océan à l'autre. La *Loi* a également ramené la télédistribution, qui était déjà bien établie dans quelques villes, sous l'autorité du CRTC. Le premier président du CRTC fut Pierre Juneau.

Seule femme du Cabinet de Lester B. Pearson de 1963 à 1968, Judy LaMarsh était une militante bien connue de la lutte contre la pauvreté. En plus de superviser la mise sur pied d'un régime de pensions national et la conception du régime d'assurance maladie canadien, elle a contribué à moderniser notre système de radiodiffusion. À titre de secrétaire d'État, elle a signé le Livre blanc sur la radiodiffusion et piloté la *Loi sur la radiodiffusion* de 1968. Parmi ses réalisations, mentionnons la nomination de Pierre Juneau au poste de président du CRTC et la création de la Commission royale d'enquête sur la situation de la femme au Canada. En 1968, elle a écrit *Memoirs of a Bird in a Gilded Cage*, un compte rendu de ses années en politique. Elle est plus tard devenue communicatrice à la radio et à la télévision. En 1976, elle a présidé la Commission royale d'enquête sur la violence dans le secteur des communications de l'Ontario.

Dès ses premiers jours, le CRTC a été beaucoup plus actif que le Bureau des gouverneurs de la radiodiffusion (BGR) pour maintenir les quotas du contenu canadien. Pour la SRC, il n'a jamais été très difficile de respecter ou de dépasser les quotas du CRTC en matière de contenu canadien[7]. Toutefois, en ce qui concerne les diffuseurs privés, le respect du contenu canadien, même au strict minimum, particulièrement durant les heures de grande écoute de 19 h à 23 h, a été et reste difficile, surtout avec l'expansion du marché télévisuel, à cause de la délivrance de permis pour de nouvelles chaînes canadiennes et l'importation de services de radiodiffusion étrangers.

En 1980, le ministre des Communications, l'honorable Francis Fox, a mis sur pied le Comité d'étude de la politique culturelle fédérale, présidée par Louis Applebaum et Jacques Hébert.

Louis Applebaum (1918-2000) était un compositeur, un chef d'orchestre et un administrateur. Il a écrit et dirigé des centaines de pièces musicales pour le cinéma, le théâtre, la radio et la télévision et il a été consultant auprès de divers organismes de promotion des arts. Il a aussi siégé à plusieurs comités et a coprésidé, avec Jacques Hébert, le Comité d'étude de la politique culturelle fédérale.

Pierre Juneau : une carrière vouée à la production et à la diffusion de créations culturelles canadiennes

Un des principaux objectifs de la politique du gouvernement fédéral en matière de radiodiffusion depuis les années 1930 a été de rendre accessible aux Canadiens un choix de programmes réalisés au Canada par des Canadiens qui reflètent les dimensions culturelles, sociales et économiques de la société canadienne. La carrière de Pierre Juneau fut étroitement liée aux objectifs du gouvernement fédéral en radiodiffusion. Pendant 20 ans, il allait occuper les postes les plus sensibles ayant trait à la mise en œuvre de la politique fédérale dans ce domaine.

Son début de carrière à l'Office national du film (ONF) en 1949 lui permit de saisir pour la première fois l'ampleur des défis qui relèvent de la production de films au Canada, mais aussi, du peu de moyens dont disposait le Canada à l'époque pour assurer la diffusion de cette production cinématographique. Ces premières années ont été formatrices et ses nombreuses responsabilités à l'ONF, un organisme dédié au développement des cinéastes canadiens ainsi qu'à la production et à la diffusion de leurs œuvres, ont préparé Pierre Juneau au rôle de président du CRTC qu'on allait lui confier en 1968.

Compte tenu de l'expérience qu'il avait vécue à l'ONF, il était à prévoir que le CRTC, sous la présidence de Pierre Juneau, interviendrait énergiquement sur les questions de propriété et de contenu canadiens qui préoccupaient fort le public et

Né en 1923, Jacques Hébert a été écrivain, éditeur et sénateur. Il a dirigé un journal, a animé une émission d'affaires publiques à la télévision et a présidé deux maisons d'édition. En 1980-1982, il a coprésidé, avec Louis Applebaum, le Comité d'étude de la politique culturelle fédérale. Il a pris sa retraite du Sénat en 1998.

Le rapport Applebaum-Hébert, publié en 1982, portait sur des sujets pertinents à la politique culturelle canadienne, y compris la radiodiffusion. À cet égard, il a formulé plusieurs recommandations sur le système de radiodiffusion canadien, notamment les suivantes :

- La SRC doit cesser de vendre du temps d'antenne pour la publicité commerciale et renoncer à la production d'émissions locales et se consacrer à la programmation régionale.
- Le CRTC doit exiger des radiotélédiffuseurs privés qu'ils affectent à la production d'émissions canadiennes des proportions importantes de leur grille horaire et de leurs budgets.
- Le CRTC doit autoriser la création de services privés de télévision dans les localités capables de les recevoir.
- Un nouveau projet de loi sur la radiotélédiffusion doit être présenté au Parlement.
- Il faut qu'une nouvelle loi sur la radiotélédiffusion confère au CRTC une autorité bien définie dans les questions intéressant la Société Radio-Canada.
- La nouvelle loi sur la radiotélédiffusion devra mettre le CRTC totalement à l'abri de toute intrusion politique, mais permettre au ministre d'émettre des directives de politique générale.

En 1984, pour relever les défis que présentait le système de diffusion canadien à cause de la fragmentation de l'auditoire, des changements technologiques et des préoccupations de l'époque relativement à la souveraineté culturelle du Canada, un groupe de travail sur la radiodiffusion canadienne, coprésidé par Florian Sauvageau et Gerald Caplan, a été créé pour conseiller le gouvernement fédéral sur les changements à apporter à la politique du Canada en matière de radiodiffusion et de télédiffusion.

le gouvernement fédéral à la fin des années 1960. Un décret, 1968-1809, exigeait que les entreprises en radiodiffusion voulant obtenir une licence du CRTC soient de propriété canadienne à 80 %. Pierre Juneau avait alors dit aux radiodiffuseurs que la télévision canadienne devait refléter la vie des canadiens et que le CRTC allait établir le maximum de contenu étranger. En outre, la décision du CRTC en 1971 d'imposer un seuil minimal de contenu canadien aux radiodiffuseurs a consterné ces derniers. Néanmoins, cette décision fort controversée, surtout chez les radiodiffuseurs privés, s'est avérée bien fondée et salutaire pour les auteurs-compositeurs et interprètes canadiens dans le domaine de la musique populaire.

Nommé à la présidence de la Société Radio-Canada (SRC) en 1982, Pierre Juneau a dû faire face à un double défi : maintenir le cap sur les grands objectifs de la société concernant une production variée d'origine canadienne accessible dans toutes les régions du pays, dans les deux langues officielles, alors même que les moyens disponibles pour le faire étaient réduits suivant des mesures budgétaires prises par le gouvernement fédéral de l'époque. Coincé entre l'arbre et l'écorce, la SRC a dû prendre des mesures autant pénibles que nécessaires et les critiques à son endroit se sont multipliées, allant jusqu'à proposer le démantèlement du radio-diffuseur public.

Pour l'homme dont la carrière était vouée à la promotion de la production et diffusion d'œuvres canadiennes, ce fut une période difficile et particulièrement exigeante. Les temps étaient durs et Pierre Juneau n'est pas sorti indemne du combat qu'il livrait en faveur de la SRC. Néanmoins, malgré des circonstances contraignantes, un nouveau Centre au service de la radiodiffusion de CBC était construit à Toronto, réunissant dans le même édifice des activités qui, jusque là, étaient logées à différents endroits et le canal News World fut lancé. Sous la direction de Pierre Juneau, Radio-Canada a su défendre son mandat et conserver son rythme. L'engagement du radiodiffuseur public envers les artistes et artisans canadiens était encore une fois confirmé.

En 1996, sept ans après avoir quitté la présidence de Radio-Canada, Pierre Juneau a été nommé communicateur de l'année par le Ryerson School of Radio and Television Arts à Toronto. L'honneur lui a été rendu « *pour son importante contribution de valeurs humaines à la radiodiffusion canadienne* »[21].

Seule femme du Cabinet de Lester B. Pearson de 1963 à 1968, Judy LaMarsh était une militante bien connue de la lutte contre la pauvreté. En plus de superviser la mise sur pied d'un régime de pensions national et la conception du régime d'assurance maladie canadien, elle a contribué à moderniser notre système de radiodiffusion. À titre de secrétaire d'État, elle a signé le Livre blanc sur la radiodiffusion et piloté la *Loi sur la radiodiffusion* de 1968. Parmi ses réalisations, mentionnons la nomination de Pierre Juneau au poste de président du CRTC et la création de la Commission royale d'enquête sur la situation de la femme au Canada. En 1968, elle a écrit *Memoirs of a Bird in a Gilded Cage*, un compte rendu de ses années en politique. Elle est plus tard devenue communicatrice à la radio et à la télévision. En 1976, elle a présidé la Commission royale d'enquête sur la violence dans le secteur des communications de l'Ontario.

Louis Applebaum (1918-2000) était un compositeur, un chef d'orchestre et un administrateur. Il a écrit et dirigé des centaines de pièces musicales pour le cinéma, le théâtre, la radio et la télévision et il a été consultant auprès de divers organismes de promotion des arts. Il a aussi siégé à plusieurs comités et a coprésidé, avec Jacques Hébert, le Comité d'étude de la politique culturelle fédérale.

Pierre Juneau : une carrière vouée à la production et à la diffusion de créations culturelles canadiennes

Un des principaux objectifs de la politique du gouvernement fédéral en matière de radiodiffusion depuis les années 1930 a été de rendre accessible aux Canadiens un choix de programmes réalisés au Canada par des Canadiens qui reflètent les dimensions culturelles, sociales et économiques de la société canadienne. La carrière de Pierre Juneau fut étroitement liée aux objectifs du gouvernement fédéral en radiodiffusion. Pendant 20 ans, il allait occuper les postes les plus sensibles ayant trait à la mise en œuvre de la politique fédérale dans ce domaine.

Son début de carrière à l'Office national du film (ONF) en 1949 lui permit de saisir pour la première fois l'ampleur des défis qui relèvent de la production de films au Canada, mais aussi, du peu de moyens dont disposait le Canada à l'époque pour assurer la diffusion de cette production cinématographique. Ces premières années ont été formatrices et ses nombreuses responsabilités à l'ONF, un organisme dédié au développement des cinéastes canadiens ainsi qu'à la production et à la diffusion de leurs œuvres, ont préparé Pierre Juneau au rôle de président du CRTC qu'on allait lui confier en 1968.

Compte tenu de l'expérience qu'il avait vécue à l'ONF, il était à prévoir que le CRTC, sous la présidence de Pierre Juneau, interviendrait énergiquement sur les questions de propriété et de contenu canadiens qui préoccupaient fort le public et

Né en 1923, Jacques Hébert a été écrivain, éditeur et sénateur. Il a dirigé un journal, a animé une émission d'affaires publiques à la télévision et a présidé deux maisons d'édition. En 1980-1982, il a coprésidé, avec Louis Applebaum, le Comité d'étude de la politique culturelle fédérale. Il a pris sa retraite du Sénat en 1998.

Le rapport Applebaum-Hébert, publié en 1982, portait sur des sujets pertinents à la politique culturelle canadienne, y compris la radiodiffusion. À cet égard, il a formulé plusieurs recommandations sur le système de radiodiffusion canadien, notamment les suivantes :

- La SRC doit cesser de vendre du temps d'antenne pour la publicité commerciale et renoncer à la production d'émissions locales et se consacrer à la programmation régionale.
- Le CRTC doit exiger des radiotélédiffuseurs privés qu'ils affectent à la production d'émissions canadiennes des proportions importantes de leur grille horaire et de leurs budgets.
- Le CRTC doit autoriser la création de services privés de télévision dans les localités capables de les recevoir.
- Un nouveau projet de loi sur la radiotélédiffusion doit être présenté au Parlement.
- Il faut qu'une nouvelle loi sur la radiotélédiffusion confère au CRTC une autorité bien définie dans les questions intéressant la Société Radio-Canada.
- La nouvelle loi sur la radiotélédiffusion devra mettre le CRTC totalement à l'abri de toute intrusion politique, mais permettre au ministre d'émettre des directives de politique générale.

En 1984, pour relever les défis que présentait le système de diffusion canadien à cause de la fragmentation de l'auditoire, des changements technologiques et des préoccupations de l'époque relativement à la souveraineté culturelle du Canada, un groupe de travail sur la radiodiffusion canadienne, coprésidé par Florian Sauvageau et Gerald Caplan, a été créé pour conseiller le gouvernement fédéral sur les changements à apporter à la politique du Canada en matière de radiodiffusion et de télédiffusion.

le gouvernement fédéral à la fin des années 1960. Un décret, 1968-1809, exigeait que les entreprises en radiodiffusion voulant obtenir une licence du CRTC soient de propriété canadienne à 80 %. Pierre Juneau avait alors dit aux radiodiffuseurs que la télévision canadienne devait refléter la vie des canadiens et que le CRTC allait établir le maximum de contenu étranger. En outre, la décision du CRTC en 1971 d'imposer un seuil minimal de contenu canadien aux radiodiffuseurs a consterné ces derniers. Néanmoins, cette décision fort controversée, surtout chez les radiodiffuseurs privés, s'est avérée bien fondée et salutaire pour les auteurs-compositeurs et interprètes canadiens dans le domaine de la musique populaire.

Nommé à la présidence de la Société Radio-Canada (SRC) en 1982, Pierre Juneau a dû faire face à un double défi : maintenir le cap sur les grands objectifs de la société concernant une production variée d'origine canadienne accessible dans toutes les régions du pays, dans les deux langues officielles, alors même que les moyens disponibles pour le faire étaient réduits suivant des mesures budgétaires prises par le gouvernement fédéral de l'époque. Coincé entre l'arbre et l'écorce, la SRC a dû prendre des mesures autant pénibles que nécessaires et les critiques à son endroit se sont multipliées, allant jusqu'à proposer le démantèlement du radio-diffuseur public.

Pour l'homme dont la carrière était vouée à la promotion de la production et diffusion d'œuvres canadiennes, ce fut une période difficile et particulièrement exigeante. Les temps étaient durs et Pierre Juneau n'est pas sorti indemne du combat qu'il livrait en faveur de la SRC. Néanmoins, malgré des circonstances contraignantes, un nouveau Centre au service de la radiodiffusion de CBC était construit à Toronto, réunissant dans le même édifice des activités qui, jusque là, étaient logées à différents endroits et le canal News World fut lancé. Sous la direction de Pierre Juneau, Radio-Canada a su défendre son mandat et conserver son rythme. L'engagement du radiodiffuseur public envers les artistes et artisans canadiens était encore une fois confirmé.

En 1996, sept ans après avoir quitté la présidence de Radio-Canada, Pierre Juneau a été nommé communicateur de l'année par le Ryerson School of Radio and Television Arts à Toronto. L'honneur lui a été rendu « *pour son importante contribution de valeurs humaines à la radiodiffusion canadienne* ».

Florian Sauvageau (1941-...) est un avocat, un journaliste et un professeur au département d'information et de communication de l'Université Laval. En 1985-1986, il coprésidait, avec Gerald Caplan, le groupe de travail sur la radiodiffusion canadienne.

Gerald Lewis Caplan (1938-...) a été administrateur politique et historien. En 1985, il a coprésidé le groupe de travail sur la radiodiffusion canadienne. Dans son rapport, le groupe de travail proposait une série de recommandations axées sur le Canada.

Faisant écho à la vision de la radiodiffusion comme fiduciaire public de la Commission Massey en 1951, le groupe de travail a présenté un rapport unanime en 1986 qui, comme il a déjà été mentionné, concluait que la contribution à la diffusion de la culture canadienne est un devoir inhérent au privilège accordé aux radiodiffuseurs à titre de fiduciaires publics pour les Canadiens[1]. Par conséquent, le groupe de travail a recommandé :

- que toutes les entreprises de radiodiffusion fassent partie d'un système composite;
- que tous les détenteurs de licence soient considérés comme des fiduciaires du public canadien;
- que la SRC joue un rôle central pour faire en sorte que les Canadiens jouissent d'un système de radiodiffusion réellement national, à la radio et à la télévision, en anglais et en français;
- que le financement de la SRC soit stable et assuré pour la durée de sa licence;
- que toutes les émissions américaines présentées à la télévision de la SRC soient éliminées progressivement dès que possible;
- qu'un nouveau radiodiffuseur national, TVCanada, soit créé[2].

En ce qui concerne les stations privées, le groupe de travail a recommandé que le CRTC établisse des conditions de licence plus strictes pour faire en sorte que les chaînes et les réseaux privés investissent davantage dans la création et la production de programmes canadiens. Dans son rapport, il demandait également le soutien et la protection du gouvernement à l'égard du secteur privé, en échange de quoi le secteur privé (à titre de fiduciaire) contribuerait à travailler dans le sens des objectifs de la *Loi*.

Flora McDonald a été députée fédérale de 1972 à 1988. Elle a été ministre des Affaires extérieures, ministre de l'Emploi et de l'Immigration et ministre des Communications. Elle a remplacé Marcel Masse au portefeuille des Communications en juin 1986, quelques jours seulement après que le Groupe de travail sur la politique de la radiodiffusion a déposé son rapport. C'est sous sa direction que la *Loi sur la radiodiffusion* de 1988 a été préparée et déposée à la Chambre des communes, avant de mourir au Feuilleton du Sénat lorsque le Parlement a été dissous lors des élections générales. Un projet de loi similaire a été déposé par Marcel Masse puis a été adopté en 1991. Plus récemment, Mme McDonald a siégé aux conseils d'administration de groupes de défense des droits de la personne et à œuvrer en faveur de la paix mondiale. Elle a reçu la Médaille Pearson pour la paix en 1999.

Marcel Masse est né à St-Jean-de-Matha (Québec) le 27 mai 1936. Il a étudié l'histoire et les sciences politiques à l'Université de Montréal, à Londres et à Paris, avant d'enseigner à l'école secondaire de Joliette de 1962 à 1966. Député à l'Assemblée nationale du Québec de 1966 à 1973, il a occupé plusieurs postes au sein du Cabinet. En 1974, il s'est joint à la firme d'ingénieurs Lavalin de Montréal. Élu à la Chambre des communes en 1984, il a été ministre des Communications de 1984 à 1986, années pendant lesquelles il a défendu les industries culturelles lors des négociations de l'Accord de libre-échange avec les États-Unis. En 1985, il a créé le Groupe de travail Caplan-Sauvageau. En 1988, il a été reconduit dans ses fonctions de ministre des Communications. Il a alors déposé le projet de loi qui allait devenir la *Loi sur la radiodiffusion* de 1991.

Le Comité permanent des communications et de la culture de la Chambre des communes a examiné le rapport du groupe de travail entre 1986 et 1988. Ce rapport, qui faisait l'unanimité entre les partis et qui contenait plus de 140 recommandations, a contribué au renouvellement de la *Loi sur la radiodiffusion* adoptée par la Chambre des communes en 1991.

Réglementation par le CRTC depuis 1991

Comme il est indiqué ci-dessus, le CRTC a été établi par une loi du Parlement en 1968. Depuis 1985, le Conseil a fonctionné à titre d'administration publique indépendante constituée en vertu de la *Loi sur le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes* et, depuis 1993, il

Florian Sauvageau (1941-...) est un avocat, un journaliste et un professeur au département d'information et de communication de l'Université Laval. En 1985-1986, il coprésidait, avec Gerald Caplan, le groupe de travail sur la radiodiffusion canadienne.

Gerald Lewis Caplan (1938-...) a été administrateur politique et historien. En 1985, il a coprésidé le groupe de travail sur la radiodiffusion canadienne. Dans son rapport, le groupe de travail proposait une série de recommandations axées sur le Canada.

Flora McDonald a été députée fédérale de 1972 à 1988. Elle a été ministre des Affaires extérieures, ministre de l'Emploi et de l'Immigration et ministre des Communications. Elle a remplacé Marcel Masse au portefeuille des Communications en juin 1986, quelques jours seulement après que le Groupe de travail sur la politique de la radiodiffusion a déposé son rapport. C'est sous sa direction que la *Loi sur la radiodiffusion* de 1988 a été préparée et déposée à la Chambre des communes, avant de mourir au Feuilleton du Sénat lorsque le Parlement a été dissous lors des élections générales. Un projet de loi similaire a été déposé par Marcel Masse puis a été adopté en 1991. Plus récemment, Mme McDonald a siégé aux conseils d'administration de groupes de défense des droits de la personne et à œuvrer en faveur de la paix mondiale. Elle a reçu la Médaille Pearson pour la paix en 1999.

Marcel Masse est né à St-Jean-de-Matha (Québec) le 27 mai 1936. Il a étudié l'histoire et les sciences politiques à l'Université de Montréal, à Londres et à Paris, avant d'enseigner à l'école secondaire de Joliette de 1962 à 1966. Député à l'Assemblée nationale du Québec de 1966 à 1973, il a occupé plusieurs postes au sein du Cabinet. En 1974, il s'est joint à la firme d'ingénieurs Lavalin de Montréal. Élu à la Chambre des communes en 1984, il a été ministre des Communications de 1984 à 1986, années pendant lesquelles il a défendu les industries culturelles lors des négociations de l'Accord de libre-échange avec les États-Unis. En 1985, il a créé le Groupe de travail Caplan-Sauvageau. En 1988, il a été reconduit dans ses fonctions de ministre des Communications. Il a alors déposé le projet de loi qui allait devenir la *Loi sur la radiodiffusion* de 1991.

Le Comité permanent des communications et de la culture de la Chambre des communes a examiné le rapport du groupe de travail entre 1986 et 1988. Ce rapport, qui faisait l'unanimité entre les partis et qui contenait plus de 140 recommandations, a contribué au renouvellement de la *Loi sur la radiodiffusion* adoptée par la Chambre des communes en 1991.

Réglementation par le CRTC depuis 1991

Comme il est indiqué ci-dessus, le CRTC a été établi par une loi du Parlement en 1968. Depuis 1985, le Conseil a fonctionné à titre d'administration publique indépendante constituée en vertu de la *Loi sur le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes* et, depuis 1993, il

fait rapport au Parlement par l'intermédiaire du ministre du Patrimoine canadien. En vertu de la *Loi*, le Cabinet peut nommer un maximum de 13 commissaires à temps plein et de 6 commissaires à temps partiel pour des mandats renouvelables maximaux de cinq ans. Le Conseil est également assujetti aux décrets du Cabinet et il doit tenir compte des besoins et des préoccupations des citoyens, des industries et des divers groupes d'intérêt du Canada.

Le CRTC a pour mandat de garantir que les dispositions de la *Loi sur la radiodiffusion* sont respectées, particulièrement la politique canadienne de radiodiffusion (article 3). Le Conseil y parvient en maintenant un équilibre, dans l'intérêt public, entre les buts sociaux, culturels et économiques de la *Loi*. Comme l'explique le site Web du Conseil :

> Notre mandat est d'assurer une programmation dont le contenu reflète, ici et à l'étranger, les talents créateurs canadiens, notre dualité linguistique, notre diversité multiculturelle, la place particulière qu'occupent les peuples autochtones dans notre société, et nos valeurs sociales. Et simultanément, nous veillons à ce que tous les Canadiens bénéficient, à un prix raisonnable, de services de communication novateurs, variés, de haute qualité et concurrentiels au niveau national et international[39]

En tenant compte de tous ces intérêts, le Conseil agit aujourd'hui comme l'organisme de réglementation pour plus de 5 900 radiodiffuseurs, y compris la télévision hertzienne, la distribution par câble, la radio AM, FM et numérique, la télévision payante, spécialisée et numérique, les satellites de radiodiffusion directe à domicile (DTH), les systèmes de distribution multipoints (SDM), la télévision par abonnement et l'audio payant[40]. Ce faisant, le Conseil tient des audiences publiques périodiques, des tables rondes et des forums informels pour traiter les demandes et prendre des décisions relativement aux licences de radiodiffusion et aux demandes connexes[41].

A. La *Loi sur la radiodiffusion* et les principes de sa politique publique

La *Loi sur la radiodiffusion* de 1991, qui est toujours en vigueur aujourd'hui, est l'aboutissement de plus de 60 ans de consultation et de négociations publiques auprès des intervenants du système. Cette section résume deux des éléments les plus importants de la *Loi* : l'article 3 , « Politique

canadienne de radiodiffusion », et la partie II : « Mission et pouvoirs du Conseil en matière de radiodiffusion »[7].

Politique canadienne de radiodiffusion

Aux fins de cet examen par le Comité du système de radiodiffusion canadien, les principes de politique publique les plus importants se trouvent au paragraphe 3(1) de la *Loi*, qui explique en détail la politique canadienne de radiodiffusion.

Le paragraphe 3(1) commence par répéter le principe selon lequel le système canadien doit être « effectivement, la propriété des Canadiens et sous leur contrôle ». Il réaffirme également dans le paragraphe suivant le point de vue adopté depuis longtemps selon lequel les ondes sont une fiducie publique qui doit être utilisée par ses fiduciaires dans l'intérêt public :

> *b*) le système canadien de radiodiffusion, composé d'éléments publics, privés et communautaires, utilise des fréquences qui sont du domaine public et offre, par sa programmation essentiellement en français et en anglais, un service public essentiel pour le maintien et la valorisation de l'identité nationale et de la souveraineté culturelle.

Il est expliqué ensuite au paragraphe 3(1) que :

> *d*) le système canadien de radiodiffusion devrait :
>
> (i) servir à sauvegarder, enrichir et renforcer la structure culturelle, politique, sociale et économique du Canada,
>
> (ii) favoriser l'épanouissement de l'expression canadienne en proposant une très large programmation qui traduise des attitudes, des opinions, des idées, des valeurs et une créativité artistique canadiennes,
>
> (iii) par sa programmation et par les chances que son fonctionnement offre en matière d'emploi, répondre aux besoins et aux intérêts, et refléter la condition et les aspirations, des hommes, des femmes et des enfants canadiens, notamment l'égalité sur le plan des droits, la dualité linguistique et le caractère multiculturel et

multiracial de la société canadienne ainsi que la place particulière qu'y occupent les peuples autochtones.

(iv) demeurer aisément adaptable aux progrès scientifiques et techniques.

Ensuite, il énonce les responsabilités de chaque élément du système de diffusion canadien et explique comment chacun doit « contribuer, de la manière qui convient, à la création et la présentation d'une programmation canadienne ». Il précise également que les diffuseurs ont la responsabilité d'utiliser les talents et les ressources du Canada, d'offrir une programmation de haute qualité et de présenter une programmation qui représente la nature hétérogène de la population canadienne.

Sont ensuite décrites les attentes relativement à la programmation de la Société Radio-Canada. Voici l'énoncé de l'alinéa 3(m) :

« la programmation de la Société devrait à la fois :

(i) être principalement et typiquement canadienne,

(ii) refléter la globalité canadienne et rendre compte de la diversité régionale du pays, tant au plan national qu'au niveau régional, tout en répondant aux besoins particuliers des régions,

(iii) contribuer activement à l'expression culturelle et à l'échange des diverses formes qu'elle peut prendre,

(iv) être offerte en français et en anglais, de manière à refléter la situation et les besoins particuliers des deux collectivités de langue officielle, y compris ceux des minorités de l'une ou l'autre langue,

(v) chercher à être de qualité équivalente en français et en anglais,

(vi) contribuer au partage d'une conscience et d'une identité nationales,

(vii) être offerte partout au Canada de la manière la plus adéquate et efficace, au fur et à mesure de la disponibilité des moyens.

(viii) refléter le caractère multiculturel et multiracial du Canada

D'autres dispositions soulignent par la suite l'importance de la diffusion autochtone, la nécessité de servir les personnes handicapées, et la valeur des services de programmation télévisée qui sont complémentaires et répondent aux goûts et aux auditoires particuliers.

Enfin, relativement aux réseaux privés et aux entreprises de programmation, la *Loi* précise très clairement à l'alinéa 3(1)*s*) que ces fiduciaires en particulier doivent « contribuer de façon notable à la création et à la présentation d'une programmation canadienne tout en demeurant réceptifs à l'évolution de la demande du public ».

Mission et pouvoirs du Conseil en matière de radiodiffusion

La mission et les pouvoirs du Conseil sont définis entre les articles 5 et 34. Il n'est pas nécessaire dans ce contexte de décrire chacun de ces articles en détail, mais ceux qui se rapportent le plus directement à la mise en œuvre par le Conseil de la politique canadienne de radiodiffusion sont : l'article 5, réglementation et surveillance; le paragraphe 9(1), catégories de licences; le paragraphe 10(1), règlements généraux en matière de radiodiffusion; et l'article 21, compétences en matière d'établissement des règles.

L'article 5 expose en détail la politique réglementaire par laquelle le Conseil peut s'acquitter de son mandat, c'est-à-dire superviser et réglementer le système canadien de radiodiffusion. À cet égard, il est établi au paragraphe 5(2) que :

(2) La réglementation et la surveillance du système devraient être souples et à la fois

a) tenir compte des caractéristiques de la radiodiffusion dans les langues française et anglaise et des conditions différentes d'exploitation auxquelles sont soumises les entreprises de radiodiffusion qui diffusent la programmation dans l'une ou l'autre langue;

b) tenir compte des préoccupations et des besoins régionaux;

c) pouvoir aisément s'adapter aux progrès scientifiques et techniques;

d) favoriser la radiodiffusion à l'intention des Canadiens;

e) favoriser la présentation d'émissions canadiennes aux Canadiens;

f) permettre la mise au point de techniques d'information et leur application ainsi que la fourniture aux Canadiens des services qui en découlent;

g) tenir compte du fardeau administratif qu'elles sont susceptibles d'imposer aux exploitants d'entreprises de radiodiffusion.

Le paragraphe 9(1) accorde au Conseil les pouvoirs suivants,

dans l'exécution de sa mission:

a) établir des catégories de licences;

b) attribuer des licences pour les périodes maximales de sept ans et aux conditions liées à la situation du titulaire qu'il estime indiquées;

c) modifier les conditions d'une licence soit sur demande du titulaire, soit, plus de cinq ans après son attribution ou son renouvellement, de sa propre initiative;

d) renouveler les licences pour les périodes maximales de sept ans et aux conditions visées à l'alinéa *b*);

e) suspendre ou révoquer toute licence;

f) obliger les titulaires de licences à obtenir l'approbation préalable par le Conseil des contrats passés avec les exploitants de télécommunications pour la distribution — directement au public — de programmation au moyen de l'équipement de ceux-ci;

g) obliger les titulaires de licences d'exploitation d'entreprises de distribution à privilégier la fourniture de radiodiffusion

> *b*) obliger ces titulaires de licences d'exploitation d'entreprises de distribution à offrir certains services de programmation selon les modalités qu'il précise.

Le paragraphe 10(1) confère au Conseil l'autorité de réglementer, notamment :

> *a*) fixer la proportion du temps d'antenne à consacrer aux émissions canadiennes;
>
> *b*) définir « émission canadienne » pour l'application de la présente loi;
>
> *c*) fixer les normes des émissions et l'attribution du temps d'antenne pour mettre en œuvre la politique canadienne de radiodiffusion;
>
> *d*) régir la fourniture de services de programmation — même étrangers — par les entreprises de distribution.

Enfin, l'article 21 délimite la portée des règles que le Conseil peut imposer relativement à ce qui suit :

> la procédure applicable à la présentation des demandes d'attribution, de modification, de renouvellement, de suspension ou de révocation de licences, la présentation des observations et des plaintes et le déroulement des audiences.

B. Évaluation du système de radiodiffusion du Canada

Les extraits précédents de la *Loi sur la radiodiffusion* donnent le ton au fonctionnement du système de radiodiffusion et de télédiffusion du Canada, mais ils imposent des attentes et des responsabilités particulièrement élevées aux fiduciaires de la diffusion canadienne. En effet, la pression exercée sur le système de radiodiffusion canadien est tellement grande que le Comité Davey a dû déclarer en 1970 que :

> la radiodiffusion est un fardeau tellement lourd que nous devons lui imposer la responsabilité de garder intacte la culture canadienne.

> Aucune loi du Parlement n'impose à aucun autre médium de communication cette mission de sauvegarder, d'enrichir, de renforcer le tissu culturel, politique, social et économique du Canada. Nous comptons pour cela sur le médium qui est également le principal organe de publicité de l'industrie du savon[21].

Compte tenu de ces responsabilités, qui ont été réitérées dans la version de 1991 de la *Loi*, le présent rapport propose des recommandations quant à la façon dont ces principes et objectifs peuvent encore s'appliquer. Toutefois, avant de passer à cette étape, examinons dans le prochain chapitre l'évolution des technologies de la télédiffusion.

Notes en fin de chapitre

1. *Rapport de la Commission royale de la radiodiffusion* (Commission Aird). F.A. Acland. Ottawa. 1982. p. 10.
2. *Ibid.* p. 6.
3. *Faire entendre nos voix : Le cinéma et la télévision du Canada au 21e siècle*. Rapport du Comité d'examen des mandats, ministère du Patrimoine canadien. 1996. p. 21.
4. Rapport de la Commission royale d'enquête sur l'avancement des arts, lettres et sciences au Canada : 1949-1951 (Commission Massey). Ottawa. Imprimeur du Roi. 1951. p. 279-283.
5. Le miroir équivoque. Rapport du Comité spécial du Sénat sur les moyens de communications de masse (Comité Davey). Ottawa. Imprimeur de la Reine. 1970. p. 195.
6. Rapport du Groupe de travail Caplan-Sauvageau sur la politique de la radiodiffusion. Ottawa. ministère des Approvisionnements et Services Canada. 1986. p. 147.
7. Comité d'examen des mandats. p. 23-24.
8. Commission Aird. p. 6.
9. La « citoyenneté » est liée au concept de « tâdiace publique », c'est-à-dire le droits des citoyens d'accéder à l'information dont ils ont besoin pour prendre des décisions relatives à leur vie et leur collectivité, le droit des contribuables de dépenser de l'argent dans leur intérêt d'une manière responsable, le droit d'accès, et l'importance des droits démocratiques.
10. Règle générale, les données biographiques sont adaptées des pages de la *Canadian Encyclopedia*, www.thecanadianencyclopedia.com.
11. www.rcc.ryerson.ca.
12. Commission Aird. p. 5.
13. *Ibid.*
14. *Ibid.* p. 6.
15. *Ibid.*
16. *Ibid.*
17. En 1945, le gouvernement de Maurice Duplessis a adopté une loi pour créer un service provincial de radiodiffusion, affirmant que la Constitution lui accordait ce droit. La loi créait aussi Radio-Québec.
18. Commission Aird. p. 7.
19. *Rapport de la Commission royale d'enquête sur la radio et la télévision* (Commission Fowler). Ottawa. Imprimeur de la Reine. 1965. p. 90-91.
20. Frank Foster, cité dans *Broadcasting Policy Development*. Ottawa. Franfost Communications. 1974. p. 229.
21. En 1976, le CRTC a été renommé Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes pour tenir compte de l'élargissement de sa compétence pour inclure les entreprises de télécommunication.
22. Voir www.ryerson.ca.

23 Voir au chapitre 5 un aperçu de ce qui constitue le contenu canadien d'après les définitions existantes.
24 Caplan-Sauvageau, p. 147.
25 Voir plus de précisions sur la proposition relative à TVCanada au chapitre 7.
26 Voir www.crtc.gc.ca.
27 Le CRTC réglemente également plus de 61 entreprises de télécommunication, y compris les grandes compagnies de téléphone canadiennes.
28 En 1999 par exemple, le Conseil a traité 1 754 demandes de radiodiffusion et 1 533 demandes de télécommunications. Il a également émis 1 230 ordonnances et octroyé 90 permis à des compagnies de téléphone qui dispensent des services interurbains. De plus, il a répondu à 8 900 documents transmis électroniquement, ainsi qu'à plus de 53 900 appels téléphoniques et 16 000 lettres et courriels de demandes et de plaintes.
29 Voir le texte intégral de la *Loi de 1991 sur la radiodiffusion* à l'annexe 2.
30 Comité Davey, p. 194.

CONTEXTE

Chapitre 3

L'évolution des technologies de la radiodiffusion

A. Concepts clés de la radiodiffusion

Au cœur de l'évolution de la radiodiffusion, tout comme de l'idée que nous nous en faisons, se trouve une poignée de concepts scientifiques simples. Dans le présent chapitre, nous examinons ces concepts et nous expliquons l'incidence importante qu'ils ont eue sur le développement du système de radiodiffusion canadien.

Les ondes

Les ondes électromagnétiques permettent la communication sur de grandes distances. Alexander Graham Bell et Samuel Morse ont pour leur part envoyé des ondes électromagnétiques au moyen d'un fil de cuivre[1]. Fessenden, quant à lui, a transmis des ondes électromagnétiques sans fil. Comme il s'agit de communication sans fil, l'on suppose souvent à tort que l'air est une composante essentielle de ces transmissions par la voie des ondes. Or, si le son est le résultat des vibrations de l'air, les ondes électromagnétiques peuvent, quant à elles, se propager dans le vide de l'espace[2].

Les ondes électromagnétiques sont maintenant un phénomène bien connu. L'on sait que la lumière, la télévision, la radio, les rayons X et les rayons ultraviolets (ceux-là mêmes qui donnent des coups de soleil) sont autant d'ondes électromagnétiques et que ces ondes, qui se propagent à la vitesse de la lumière, peuvent avoir diverses utilisations novatrices à condition que l'on sache s'en servir.

Les humains sont sensibles aux longueurs d'ondes qui passent par l'atmosphère de la terre sans y être absorbées. L'on appelle photons les particules qui composent la lumière visible. Il suffit de sept photons pour qu'une source de lumière puisse être détectée à l'œil nu[3].

Tout ce qui distingue les divers types d'ondes dont les humains se servent (p. ex., pour les communications radio, pour voir ou pour créer des rayons

X). c'est leur longueur. Quiconque a déjà, comme dit Racine, vu l'onde approcher et se briser ou a déjà pris place à bord d'un bateau, sait comme elle peut varier. Tantôt elle monte très haut et redescend rapidement, tantôt elle bouge si lentement que le mouvement est à peine perceptible. Toutes les ondes peuvent être décrites selon leur longueur, leur fréquence (c.-à-d. le nombre de fois par minute que l'embarcation monte au sommet de la crête, puis redescend et remonte au même point)[4] et la vitesse à laquelle elles se propagent.

Les ondes électromagnétiques (p. ex., ondes lumineuses ou radioélectriques) se propagent à la vitesse de la lumière; leur fréquence est calculée en cycles par seconde (cps)[5]. Comme la lumière se propage à environ 300 000 kilomètres par seconde, il faut une dizaine de minutes pour que la lumière du soleil atteigne la Terre. Pour calculer la longueur d'une onde, il suffit de diviser sa fréquence par la vitesse de la lumière.

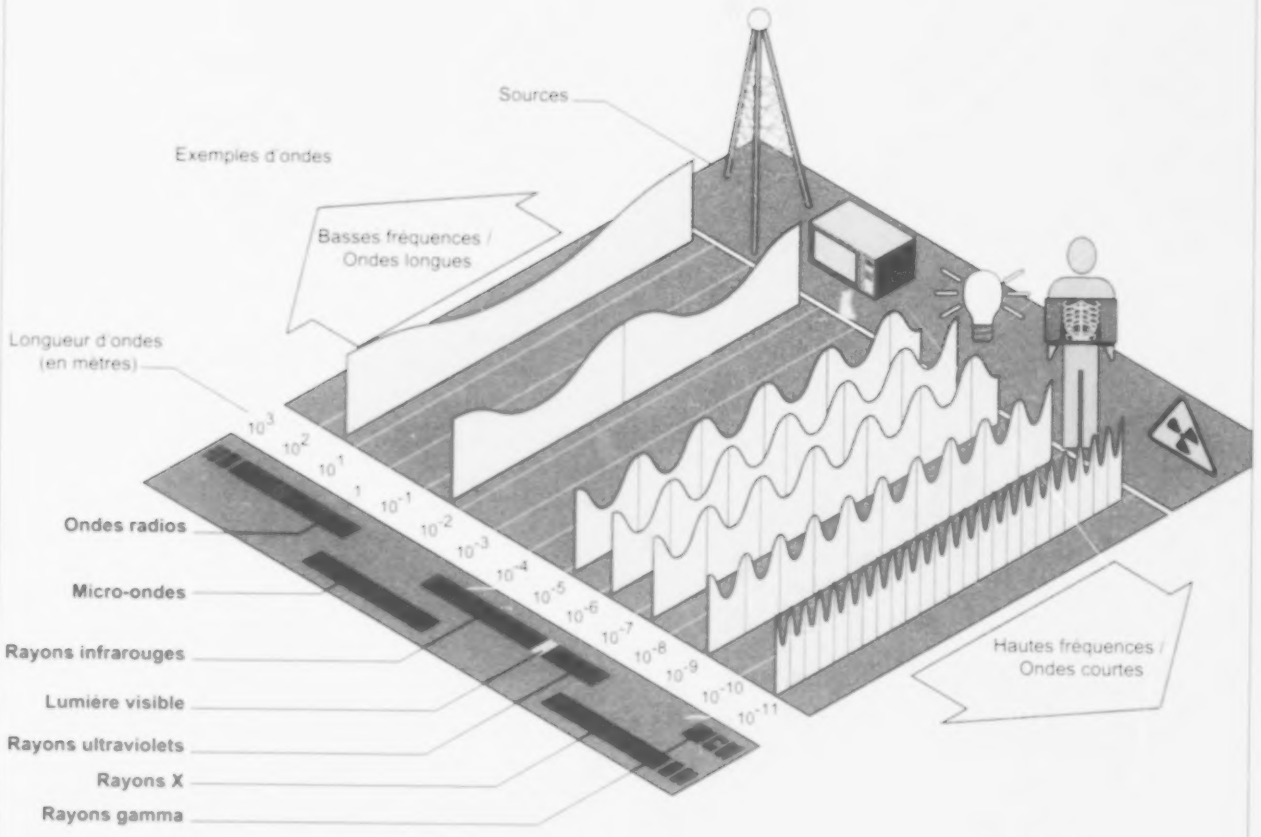
Le spectre

Les ondes électromagnétiques pouvant être décrites en fonction de leur longueur (c.-à-d. de leur fréquence), il est possible de les classer des plus courtes aux plus longues selon une gradation appelée spectre. Tout ce qui peut être classé de façon semblable suit une gradation analogue à celle du spectre. Ainsi, l'arc-en-ciel qui apparaît après la pluie est un spectre de lumière visible. Quand un enseignant ou une enseignante place ses élèves en allant du plus petit au plus grand, il s'agit là aussi d'une gradation s'apparentant au spectre. En termes simples, le spectre peut désigner une série d'élévations, de couleurs ou de longueurs d'onde.

S'agissant du spectre électromagnétique, les scientifiques et les ingénieurs appellent « spectre visible » les éléments de ce spectre dont les humains se servent pour voir. De même, ils appellent « spectre des radiofréquences » (RFS) les ondes électromagnétiques qui servent aux télécommunications (p. ex., télévision, radio, téléphone cellulaire).

Les éléments du spectre électromagnétique dont il est le plus souvent question dans les ouvrages de science ou de génie sont (par ordre croissant de longueur) les rayons gamma, les rayons X, les rayons ultraviolets, les radiations visibles, les rayons infrarouges, les micro-ondes, les VHF (télévision), les ondes radio FM (modulation de fréquence), les ondes courtes, les ondes radio AM (modulation d'amplitude) et les autres ondes radio.

Figure 3.1 Spectre électromagnétique



Les rayons gamma sont des rayons extrêmement courts (d'une longueur d'environ un milliardième de centimètre). Les micro-ondes ont environ un centimètre de long. Les ondes VHF (télévision) ont environ un mètre de long (100 centimètres). Certaines ondes radio ont plus d'un kilomètre de long (p. ex., celles qui sont utilisées par les stations de radio AM). Les ondes ultra-myriamétriques (VVLF), qui servent aux communications avec les sous-marins, peuvent avoir plusieurs kilomètres de long. En règle générale, les fréquences élevées ne dépassent pas les limites de la visibilité et sont donc utiles aux stations de radio locales, puisque la même fréquence peut être utilisée par une autre station de radio plus loin. Ainsi,

une station de radio de Montréal peut se servir de la même fréquence qu'une station de radio de Toronto sans qu'il n'y ait d'interférence entre les deux.

La radiodiffusion par la voie des ondes

Dès les premières décennies du XXe siècle, l'on connaissait déjà bien les possibilités des ondes électromagnétiques, à tel point que les communications par la voie des ondes sur des distances courtes ou plus longues à l'aide de postes de radio ne tardèrent pas à devenir chose courante. Parmi les premières utilisations de la radio, il convient de mentionner l'usage qu'en faisaient les marines britannique et américaine pour les communications de point à point entre les navires en mer. En outre, dès le début des années 1920, des milliers d'amateurs de radio en Europe et en Amérique du Nord faisaient de la diffusion unidirectionnelle et bidirectionnelle, offrant des contenus qui les intéressaient, faisant tourner de la musique ou attendant que d'autres amateurs entrent en contact avec eux pour qu'ils puissent mesurer les distances sur lesquelles ils avaient réussi à diffuser.

Il n'y eut qu'un pas de la transmission de sons à la transmission d'images. L'on savait dès la fin du XIXe siècle qu'il était possible de transmettre des images en convertissant la lumière en énergie et en reconvertissant cette énergie en lumière. Il a toutefois fallu attendre 1897, année où Karl Ferdinand Braun inventa le tube cathodique, pour que les premiers véritables systèmes de télévision opérationnels voient le jour[1].

Bien que la Première Guerre mondiale ait freiné les progrès technologiques dans le domaine de la télédiffusion, l'avancement à cette même époque des communications par fil et par radio de même que l'expansion rapide et la popularité croissante de la radiodiffusion en Europe et en Amérique du Nord menèrent à un regain d'intérêt pour la télévision au début des années 1920. En Europe, l'on assista aux premières démonstrations de transmissions télévisuelles rudimentaires vers la fin des années 1920, ces premiers essais aboutissant à une programmation télévisée régulière, quoique limitée, en Allemagne et en Grande-Bretagne entre le milieu des années 1930 et le déclenchement en 1939 de la Seconde Guerre mondiale. Aux États-Unis, les essais se poursuivirent tout au long des années 1930, et les premières stations de télévision entrèrent en ondes en juillet 1941. Elles cessèrent toutefois de diffuser en décembre 1941 quand les États-Unis entrèrent en guerre.

Reginald Aubrey Fessenden : le pionnier de la radio canadienne

Cet après-midi, à l'île Cobb, pour la première fois dans l'histoire de l'humanité, un message intelligible a été transmis sur les ondes électromagnétiques.

Journal personnel de Reginald Fessenden, décembre 1900.

Le 23 décembre 1900, pour la toute première fois de l'histoire, un message vocal était transmis sur les ondes radio. La voix demandait : « Est-ce qu'il neige chez vous, M. Thiessen? Si oui, envoyez-moi un télégraphe pour me le confirmer. »

Un siècle plus tard, deux choses nous frappent. Tout d'abord, la première transmission de la voix par radio était aussi la première radiodiffusion interactive. Deuxièmement, la voix entendue était celle d'un Canadien, Reginald Fessenden.

Ce n'est pourtant pas surprenant. Les Canadiens ont toujours été fascinés par la radiodiffusion. Depuis la Confédération, nous avons compris que nous ne pourrions pas bâtir une nation sans avoir recours à des technologies novatrices pour conquérir les distances qui nous séparent. Les chemins de fer, le télégraphe, le téléphone, la radio, la télévision, le satellite, le câble — chaque nouvelle invention a rapidement été mise à contribution pour permettre aux Canadiens de communiquer entre eux.

Il ne faut pas s'étonner non plus si Fessenden a aussi saisi la dimension humaine de son invention. La veille de Noël 1906, il a présenté au monde son premier programme de radio, destiné aux opérateurs de radio sans fil sur les navires. Fessenden a interprété *Sainte Nuit* au violon, tandis que son épouse et un ami ont chanté des cantiques de Noël.

Malheureusement, Fessenden n'a jamais été reconnu de son vivant pour son travail de pionnier. Ses idées et ses inventions ont précédé celles, plus connues, de Marconi, mais il a eu peine à obtenir du financement — même du gouvernement canadien — et il a perdu ses principaux brevets. Il a créé plus de 500 inventions au cours de sa vie, mais, comme l'a dit son épouse, son esprit fertile « n'a pas réussi à

Si le développement commercial de la télévision a été retardé à cause de la Seconde Guerre mondiale, la technologie qui la sous-tendait a été considérablement améliorée et exploitée pour guider les missiles de surveillance et de reconnaissance à longue portée. Par conséquent, l'on s'est retrouvé à la fin de la guerre en 1945 avec des normes de radiodiffusion de grande qualité, qui ont eu pour effet d'accroître considérablement la capacité de la télévision à servir de moyen de communication de masse. En outre, les lacunes des technologies existantes fondées sur l'utilisation de tubes qu'avaient révélées les communications pendant la guerre avaient hâté l'invention de matériel électronique à semi-conducteurs, comme le transistor[4].

Après la Seconde Guerre mondiale, la télévision par la voie des ondes a refait surface partout en Europe et aux États-Unis et a été lancée officiellement au Canada en 1952[5].

Le câble

Au milieu des années 1950, les Canadiens qui vivaient près de la frontière avec les États-Unis avaient accès à quatre chaînes de télévision radiodiffusées, une chaîne canadienne (CBC et Radio-Canada) et au moins trois chaînes américaines. À moins d'être branché au câble, la plupart des autres Canadiens n'avaient toutefois accès qu'à une ou deux stations de télévision, et ce, même jusqu'au milieu des années 1970. C'est ce qui explique que les Canadiens se sont empressés de se brancher au câble dès son arrivée en 1952.

Essentiellement, le câble se fonde sur les mêmes principes que ceux qu'avait appliqués Samuel Morse pour inventer le télégraphe. Il s'agit de convertir un signal de télévision en une suite d'ondes électromagnétiques, qui sont envoyées par fil et reconverties en un signal de télévision par un boîtier adaptateur (généralement appelé décodeur)[6]. Comme le câble pouvait transmettre davantage de fréquences (c.-à-d. de canaux), les abonnés pouvaient recevoir une trentaine de canaux dans les années 1970. Avec l'arrivée de technologies plus efficientes, comme le multiplexage, sa capacité est passée à plus de 100 canaux[7].

Le satellite

Le Canada a été un des pionniers de l'utilisation de la technologie satellite pour la transmission de signaux de télévision. Le satellite Anik-1, lancé en

se défendre contre les attaques commerciales ». Dans son avis nécrologique, en 1932, le *New York Herald Tribune* écrivait : « Il arrive parfois, même dans les sphères scientifiques, qu'un homme puisse avoir raison contre le monde entier. Le professeur Fessenden était cet homme. »

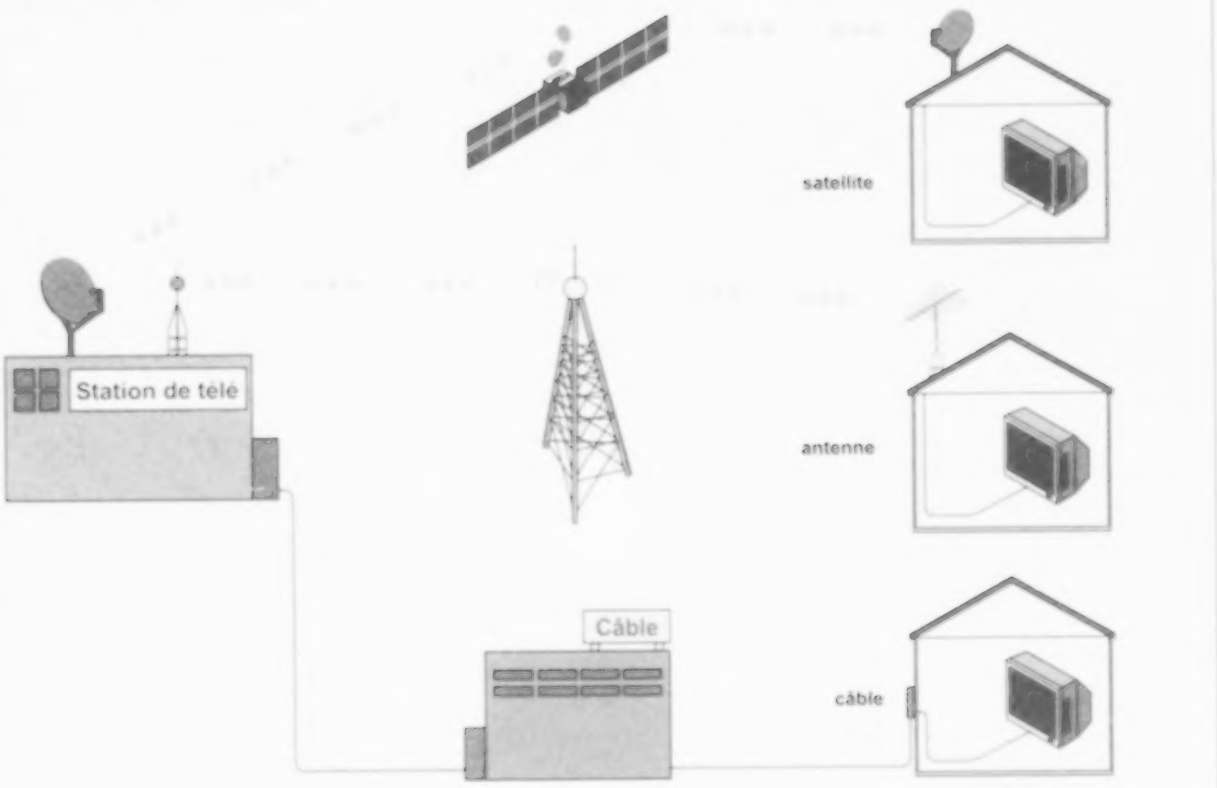
Reginald Aubrey Fessenden est mort chez lui, sur le bord de la mer aux Bermudes, le 22 juillet 1932. Sur la pierre de son mémorial, il est écrit :

Son esprit illumina le passé
Et l'avenir.
Et façonna de beaucoup
Le présent.

Dessous, on lit, en hiéroglyphes égyptiens :

Je suis hier, et je connais demain.

Figure 3.2 Transmission télévisuelle



1972, était capable de transmettre 12 émissions de télévision à la fois. C'est ce qui a permis le premier mariage du câble avec le satellite. Le signal de radiodiffusion pouvait être transmis du système de câblodistribution (p. ex., de Toronto) au satellite, qui pouvait ensuite le retransmettre au système de câblodistribution d'une autre ville (p. ex., de Winnipeg). Auparavant, les signaux de télévision étaient transmis par micro-ondes (technologie mise au point dans les années 1950). Avant cette époque, il arrivait parfois que l'on envoie par avion des émissions sous forme de films (kinescopes) parce qu'il n'existait pas de mécanisme pour les acheminer d'un endroit du pays à un autre. Ainsi, en 1953, la CBC avait fait venir par avion un kinescope du couronnement de la reine pour que l'émission puisse être diffusée au Canada, et elle l'avait ensuite envoyé au réseau américain ABC.

Le Canada a aussi été le premier pays à réaliser une démonstration à grande échelle de la technologie satellite pour transmettre directement des signaux de télévision à des foyers individuels (1982). Il s'agit de la technique de la radiodiffusion directe (RD) ou du satellite de radiodiffusion directe (SRD). Cependant, il a fallu attendre la fin des années 1990 pour que cette capacité puisse être vraiment exploitée au Canada, et ce, car on ignorait les répercussions de la télévision par satellite sur la santé économique de l'industrie de la câblodistribution[13].

Le satellite offre un grand avantage sur le plan de la transmission aux foyers en ce sens qu'il assure une couverture quasi complète du pays tout entier[14]. Ainsi, à quelques exceptions près, presque tous les ménages canadiens ont maintenant accès au même niveau de service. Il n'en était pas ainsi entre 1950 et 1995, et c'était là un grief souvent exprimé pendant cette période de 45 ans, surtout chez les résidents du Nord[15, 16].

Les auteurs de science fiction Jules Verne et H.G. Wells avaient imaginé la popularité potentielle de la télévision dès la fin du XIXe siècle, mais c'est seulement peu de temps après la Seconde Guerre mondiale que la télévision est devenue très répandue comme source de divertissement. La figure 3.3 montre le taux de pénétration de quelques technologies de communication depuis les débuts de la radiodiffusion[17, 18].

B. La révolution numérique

Toutes les ondes peuvent être décrites en fonction de leur longueur, de la vitesse à laquelle elles se propagent et de leur fréquence. C'est ce qui a servi de point de départ à ceux qui ont mis au point la technologie permettant d'envoyer un signal susceptible d'être converti en un son ou en une image. Les ondes qu'ils ont transmises étaient donc un modèle, ou un analogue, du son ou de l'image réelle, d'où le terme signal analogique. De même, le disque vinyle comporte un sillon spiralé qui est un modèle, ou un analogue, d'un son donné, d'une chanson par exemple.

L'on sait depuis des siècles qu'il est possible de représenter une onde au moyen d'une série de chiffres organisés d'une certaine façon (c.-à-d. sous forme graphique). Le mathématicien et physicien français Jean-Baptiste Joseph Fourier a par exemple montré que les ondes pouvaient être représentées comme étant la somme de simples ondes sinusoïdales[19].

John Chapman : un visionnaire canadien

Le 9 novembre 1972, lorsque Anik A-1 a été mis en orbite, le Canada est devenu le premier pays à posséder un système de communications par satellite.

Cette réalisation remarquable est le fruit du travail d'une équipe de chercheurs œuvrant dans le cadre de programmes mis sur pied par des pionniers comme Frank Davies, du Centre de recherches sur les télécommunications de la défense, Donald Rose, du National Research Council, et Balfour Curry, de l'Université de la Saskatchewan.

Mais c'est au visionnaire qu'était John Chapman, plus qu'à tout autre, que revient la paternité des communications dans l'espace au Canada. Chapman a dirigé l'équipe qui a conçu et construit les premiers satellites canadiens, le programme Alouette/ISIS. Lancée à compter de 1962, cette série de satellites a été l'un des programmes spatiaux les plus complexes et les plus réussis jusqu'à ce jour.

Compte tenu de sa réputation internationale, Chapman a été invité par le gouvernement à effectuer une étude en vue de recommander d'autres initiatives. Le rapport Chapman, publié en 1967, a jeté les assises qui permettraient au Canada de décider des ressources spatiales nécessaires pour répondre à ses besoins en matière de communication. Il a proposé la création de nouveaux organismes : le ministère des Communications a été mis sur pied peu de temps après, tandis que le partenariat entre les secteurs public et privé sur lequel Chapman avait insisté a pris forme par l'entremise de Spar Aérospatiale en 1968 et de Télésat Canada en 1969.

La nouvelle infrastructure a commencé à travailler sur les satellites Anik. Le lancement historique de 1972 a été le point culminant de ces efforts. Cependant, même avant le lancement, une nouvelle orientation stratégique a été adoptée en 1970, lors d'une conférence sur les communications par satellite, présidée par Chapman, à Yellowknife. De toute évidence, les satellites allaient devenir un élément important pour offrir des services dans le Nord, mais la conférence a mis en lumière le fait que les habitants du Nord et les groupes autochtones voulaient que les nouveaux satellites deviennent un moyen de communication entre eux.

Le Centre de recherches sur les communications a commencé à collaborer avec la NASA à la mise au point d'un nouveau concept : un satellite très

Le Canada a aussi été le premier pays à réaliser une démonstration à grande échelle de la technologie satellite pour transmettre directement des signaux de télévision à des foyers individuels (1982). Il s'agit de la technique de la radiodiffusion directe (RD) ou du satellite de radiodiffusion directe (SRD). Cependant, il a fallu attendre la fin des années 1990 pour que cette capacité puisse être vraiment exploitée au Canada, et ce, car on ignorait les répercussions de la télévision par satellite sur la santé économique de l'industrie de la câblodistribution.

Le satellite offre un grand avantage sur le plan de la transmission aux foyers en ce sens qu'il assure une couverture quasi complète du pays tout entier[1]. Ainsi, à quelques exceptions près, presque tous les ménages canadiens ont maintenant accès au même niveau de service. Il n'en était pas ainsi entre 1950 et 1995, et c'était là un grief souvent exprimé pendant cette période de 45 ans, surtout chez les résidents du Nord.

Les auteurs de science fiction Jules Verne et H.G. Wells avaient imaginé la popularité potentielle de la télévision dès la fin du XIXe siècle, mais c'est seulement peu de temps après la Seconde Guerre mondiale que la télévision est devenue très répandue comme source de divertissement. La figure 3.3 montre le taux de pénétration de quelques technologies de communication depuis les débuts de la radiodiffusion.

B. La révolution numérique

Toutes les ondes peuvent être décrites en fonction de leur longueur, de la vitesse à laquelle elles se propagent et de leur fréquence. C'est ce qui a servi de point de départ à ceux qui ont mis au point la technologie permettant d'envoyer un signal susceptible d'être converti en un son ou en une image. Les ondes qu'ils ont transmises étaient donc un modèle, ou un analogue, du son ou de l'image réelle, d'où le terme signal analogique. De même, le disque vinyle comporte un sillon spiralé qui est un modèle, ou un analogue, d'un son donné, d'une chanson par exemple.

L'on sait depuis des siècles qu'il est possible de représenter une onde au moyen d'une série de chiffres organisés d'une certaine façon (c.-à-d. sous forme graphique). Le mathématicien et physicien français Jean-Baptiste Joseph Fourier a par exemple montré que les ondes pouvaient être représentées comme étant la somme de simples ondes sinusoïdales.

John Chapman : un visionnaire canadien

Le 9 novembre 1972, lorsque Anik A-1 a été mis en orbite, le Canada est devenu le premier pays à posséder un système de communications par satellite.

Cette réalisation remarquable est le fruit du travail d'une équipe de chercheurs œuvrant dans le cadre de programmes mis sur pied par des pionniers comme Frank Davies, du Centre de recherches sur les télécommunications de la défense, Donald Rose, du National Research Council, et Balfour Curry, de l'Université de la Saskatchewan.

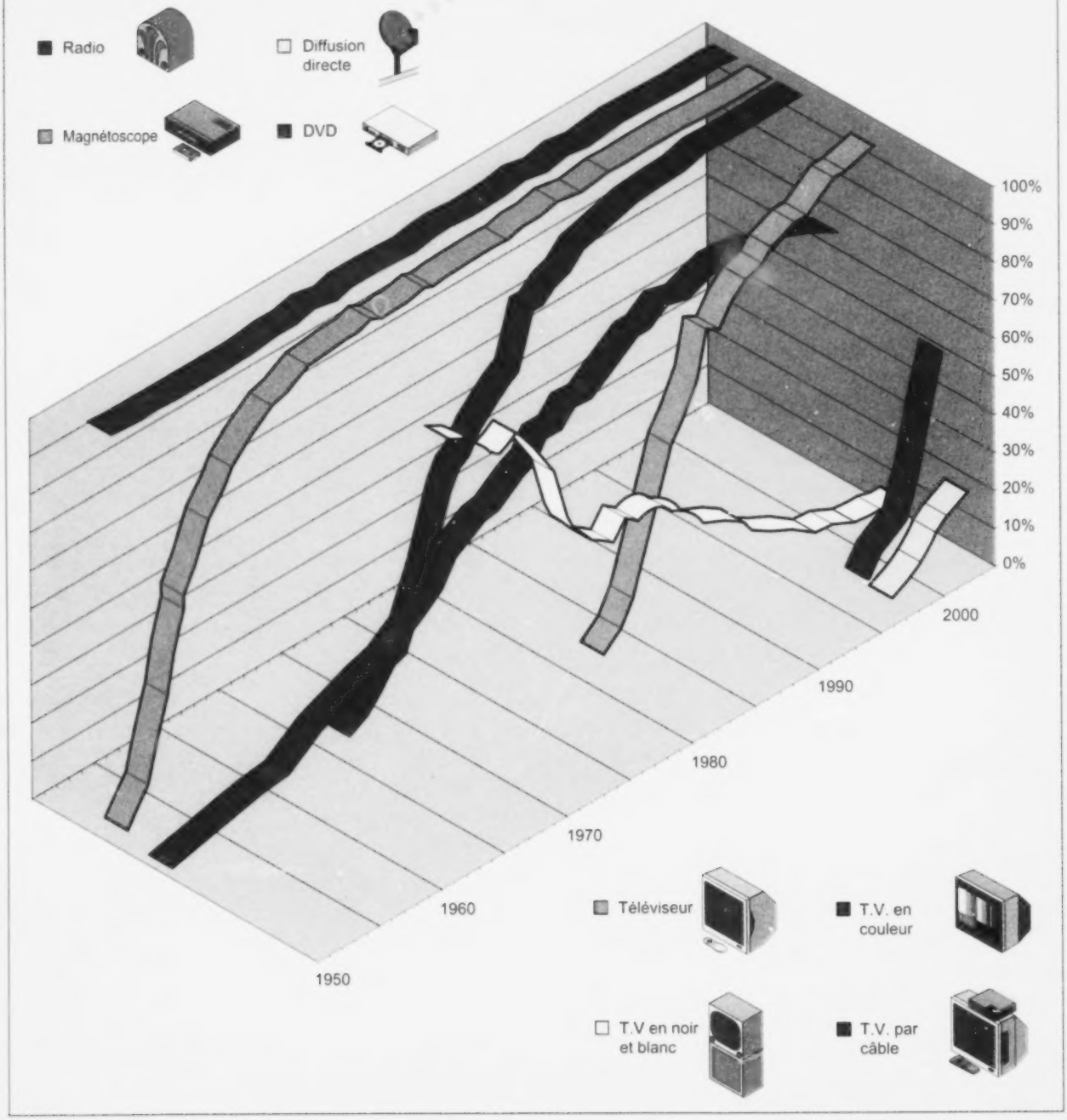
Mais c'est au visionnaire qu'était John Chapman, plus qu'à tout autre, que revient la paternité des communications dans l'espace au Canada. Chapman a dirigé l'équipe qui a conçu et construit les premiers satellites canadiens, le programme Alouette/ISIS. Lancée à compter de 1962, cette série de satellites a été l'un des programmes spatiaux les plus complexes et les plus réussis jusqu'à ce jour.

Compte tenu de sa réputation internationale, Chapman a été invité par le gouvernement à effectuer une étude en vue de recommander d'autres initiatives. Le rapport Chapman, publié en 1967, a jeté les assises qui permettraient au Canada de décider des ressources spatiales nécessaires pour répondre à ses besoins en matière de communication. Il a proposé la création de nouveaux organismes : le ministère des Communications a été mis sur pied peu de temps après, tandis que le partenariat entre les secteurs public et privé sur lequel Chapman avait insisté a pris forme par l'entremise de Spar Aérospatiale en 1968 et de Télésat Canada en 1969.

La nouvelle infrastructure a commencé à travailler sur les satellites Anik. Le lancement historique de 1972 a été le point culminant de ces efforts. Cependant, même avant le lancement, une nouvelle orientation stratégique a été adoptée en 1970, lors d'une conférence sur les communications par satellite, présidée par Chapman, à Yellowknife. De toute évidence, les satellites allaient devenir un élément important pour offrir des services dans le Nord, mais la conférence a mis en lumière le fait que les habitants du Nord et les groupes autochtones voulaient que les nouveaux satellites deviennent un moyen de communication entre eux.

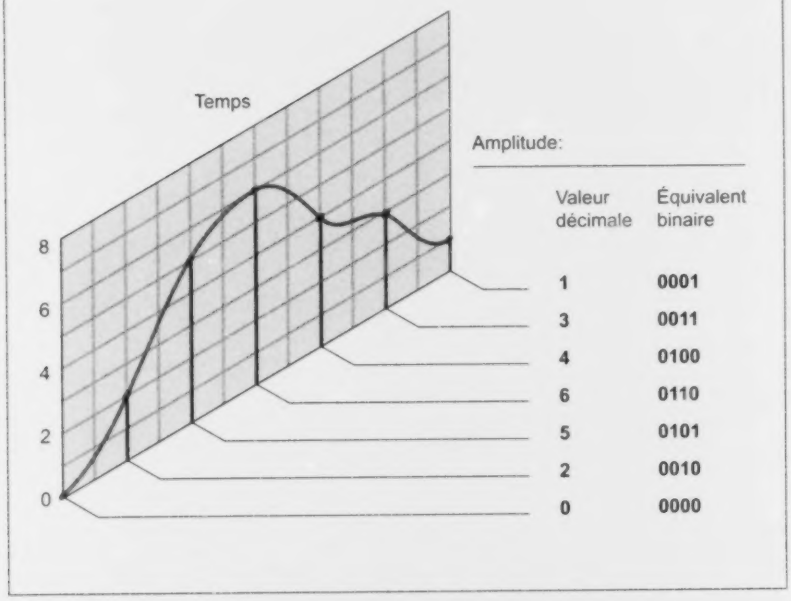
Le Centre de recherches sur les communications a commencé à collaborer avec la NASA à la mise au point d'un nouveau concept : un satellite très

Figure 3.3 Pénétration de divers types d'équipement de projection et d'écoute dans les ménages, 1950-2003



L'on sait aussi depuis l'époque de Leibniz (1646-1716) qu'il est possible de créer un système de numération fondé sur des zéros et des uns. Cette connaissance théorique n'a toutefois pas eu de véritable application pratique jusqu'à l'avènement de l'électronique moderne; c'est alors que l'on s'est rendu compte que les zéros et les uns pouvaient être représentés par la présence ou l'absence d'une charge électrique. La figure 3.4 montre comment les nombres de 0 à 10 peuvent être représentés dans un système binaire (c.àd. en 0 et en 1)[21].

Figure 3.4 Transition du mode analogique au numérique – Cas d'une onde simple



Comme on a pu le constater, il est très simple de représenter les nombres que nous connaissons bien (1, 2, 3, etc.) sous forme de zéros et de uns. Étant donné qu'une onde peut être représentée par une série de nombres, il est devenu possible de décrire l'onde en chiffres en ne se servant que de zéros et de uns (c.-à-d. qu'il est devenu possible de décrire numériquement l'onde physique)[22]. Jusqu'aux années 1970, tous les signaux de radio et de télévision étaient transmis par des ondes électromagnétiques qui « représentaient » le son ou l'image (c.-à-d. sous forme de signaux analogiques). Ce n'est qu'avec l'avènement de l'ère numérique que l'on a commencé à parler de la différence entre signaux analogiques et numériques.

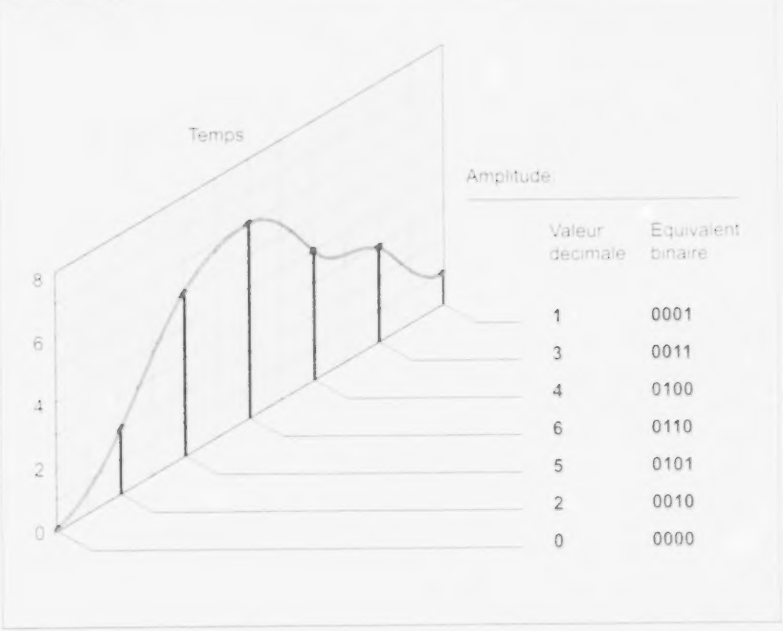
puissant fonctionnant à des fréquences très élevées qui permettrait l'utilisation de petites antennes satellites installées dans les foyers des particuliers. C'est ainsi qu'*Hermes* a été lancé en 1976. Il a servi à des essais de radiodiffusion directe à domicile et de toutes sortes de communications bilatérales avec des Autochtones et d'autres collectivités éloignées dans les domaines de la santé, de l'éducation et des téléconférences. La Société Radio-Canada a montré ses capacités de radiodiffusion directe aux autres radiodiffuseurs à l'occasion des Jeux olympiques de Montréal. À la fin de sa vie, Hermes a déménagé au-dessus de l'Australie afin de créer des applications spatiales pour ce pays.

Le satellite *Hermes* a été non seulement le précurseur des satellites de radiodiffusion directe à domicile utilisés aujourd'hui par des millions de Nord-américains, mais il est aussi à la base des services très courus de la SRC et d'APTN dans le Nord. Ces services ont en effet permis aux régions éloignées de communiquer entre elles et avec le sud du Canada.

En 2003, on tient pour acquis l'infrastructure spatiale du Canada. Il est difficile d'imaginer combien nos services seraient limités sans les efforts de nos pionniers. Chapman est décédé en 1979. Il a reçu, à titre posthume, le prix McNaughton avec la citation suivante : « Pour sa vision et son leadership à reconnaître le potentiel des satellites dans l'utilisation future de l'espace par le Canada" ».

On sait aussi depuis l'époque de Leibniz (1646-1716) qu'il est possible de créer un système de numération fondé sur des zéros et des uns. Cette connaissance théorique n'a toutefois pas eu de véritable application pratique jusqu'à l'avènement de l'électronique moderne. C'est alors que l'on s'est rendu compte que les zéros et les uns pouvaient être représentés par la présence ou l'absence d'une charge électrique. La figure 3.4 montre comment les nombres de 0 à 10 peuvent être représentés dans un système binaire (c'est-à-dire en 0 et en 1).

Figure 3.4 Transition du mode analogique au numérique – Cas d'une onde simple



Comme on a pu le constater, il est très simple de représenter les nombres que nous connaissons bien (1, 2, 3, etc.) sous forme de zéros et de uns. Étant donné qu'une onde peut être représentée par une série de nombres, il est devenu possible de décrire l'onde en chiffres en ne se servant que de zéros et de uns (c'est-à-dire qu'il est devenu possible de décrire numériquement l'onde physique). Jusqu'aux années 1970, tous les signaux de radio et de télévision étaient transmis par des ondes électromagnétiques qui « représentaient » le son ou l'image (c'est-à-dire sous forme de signaux analogiques). Ce n'est qu'avec l'avènement de l'ère numérique que l'on a commencé à parler de la différence entre signaux analogiques et numériques.

puissant fonctionnant à des fréquences très élevées qui permettrait l'utilisation de petites antennes satellites installées dans les foyers des particuliers. C'est ainsi qu'*Hermes* a été lancé en 1976. Il a servi à des essais de radiodiffusion directe à domicile et de toutes sortes de communications bilatérales avec des Autochtones et d'autres collectivités éloignées dans les domaines de la santé, de l'éducation et des téléconférences. La Société Radio-Canada a montré ses capacités de radiodiffusion directe aux autres radiodiffuseurs à l'occasion des Jeux olympiques de Montréal. À la fin de sa vie, Hermes a déménagé au-dessus de l'Australie afin de créer des applications spatiales pour ce pays.

Le satellite *Hermes* a été non seulement le précurseur des satellites de radiodiffusion directe à domicile utilisés aujourd'hui par des millions de Nord-américains, mais il est aussi à la base des services très courus de la SRC et d'APTN dans le Nord. Ces services ont en effet permis aux régions éloignées de communiquer entre elles et avec le sud du Canada.

En 2003, on tient pour acquis l'infrastructure spatiale du Canada. Il est difficile d'imaginer combien nos services seraient limités sans les efforts de nos pionniers. Chapman est décédé en 1979. Il a reçu, à titre posthume, le prix McNaughton avec la citation suivante : « Pour sa vision et son leadership à reconnaître le potentiel des satellites dans l'utilisation future de l'espace par le Canada ».

Il y a un certain nombre d'avantages à transmettre des signaux en mode numérique. Le plus évident pour le profane est la clarté du signal. Ainsi, l'on aura moins de parasites dans une conversation téléphonique en mode numérique que dans une conversation en mode analogique typique. Le recours à des signaux numériques (qui prennent moins de place) permet aussi d'accroître la capacité du réseau. Les câblodistributeurs peuvent donc transmettre un plus grand nombre de chaînes numériques que de chaînes analogiques sur le même câble[23].

Dans le monde de la radiodiffusion, la technologie numérique a déjà eu des répercussions considérables. Ainsi, le monopole qu'avait depuis longtemps l'industrie de la câblodistribution vient de prendre fin, et l'avènement de la radiodiffusion numérique et d'Internet entraînera sans doute des bouleversements encore plus importants. C'est d'ailleurs la transmission Internet (ou la transmission en continu), qui amènera certains des changements les plus marquants, qui ne sont qu'en partie discernables en 2003.

Internet

Internet suscite beaucoup de confusion, d'incertitude, voire de craintes dans certains milieux[24]. Internet se fonde sur un ensemble de normes et de règles (protocoles) pour la transmission de messages entre deux points (p. ex., pour envoyer un courriel à un ami). Dans la section qui suit, nous nous penchons sur quelques-unes des principales caractéristiques des communications Internet qui doivent être prises en compte pour évaluer les répercussions d'Internet sur la radiodiffusion et l'offre de contenu canadien[25].

Toute communication se fonde sur des règles (c.-à-d. une grammaire) qui permettent de savoir quand elle débute, quand elle s'arrête, à qui elle s'adresse et où se trouve l'interlocuteur. Dans le monde des communications électroniques (p. ex., messages télégraphiques, téléphones cellulaires), ces règles s'appellent normes ou protocoles.

Internet fait appel à l'infrastructure des télécommunications existante pour transmettre de l'information. Le seul ajout est l'ordinateur (le serveur) qui sert à stocker les messages à l'intention des destinataires. L'on appelle fournisseur d'accès Internet (FAI) ou hôte l'entreprise qui fournit le serveur.

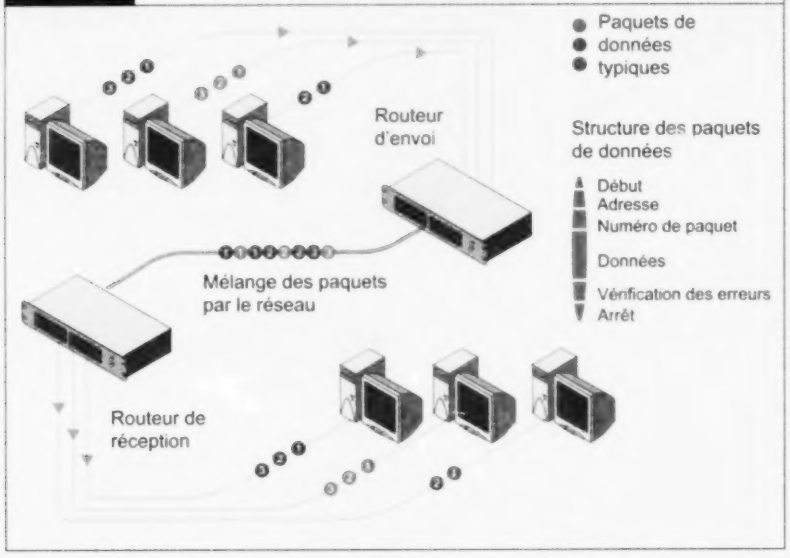
Le courrier électronique (courriel), en raison de la facilité, de la vitesse, du prix extrêmement bas et de la fiabilité qui le caractérisent, est souvent décrit comme étant l'application qui a le plus contribué à encourager l'utilisation à grande échelle d'Internet[26]. Compte tenu de la diversité des marques et des modèles d'ordinateurs dont on se sert pour correspondre, de la multitude des pays à partir desquels l'on correspond et des mesures de sécurité très rigoureuses qui existent dans certains bureaux, comment le message qu'une personne tape sur son clavier parvient-il à l'écran du destinataire qui peut se trouver à l'autre bout du monde?

En termes simples, c'est qu'il existe un ensemble de protocoles (règles) reconnus qui régissent la façon dont les divers éléments des systèmes de communications (le matériel et le logiciel) traitent le message[27]. L'ensemble de protocoles le mieux connu est sans doute le modèle de référence d'interconnexion de systèmes ouverts de l'Organisation internationale de normalisation. Ce modèle, appelé communément modèle OSI, est formé de sept couches[28]. Ni matériel ni logiciel, le modèle OSI est simplement une façon d'envisager une communication (p. ex., un courriel). Les différentes couches sont assimilables à des personnes effectuant diverses opérations : lire l'information sur l'enveloppe, décider de ce qu'il convient de faire de l'envoi et le transmettre, peut-être avec des informations supplémentaires, à la personne (couche) suivante.

Pour comprendre le fonctionnement du modèle OSI, il faut savoir que le courriel est réparti en petits assemblages appelés paquets. Le processus par lequel des informations supplémentaires sont ajoutées à chaque paquet (et il peut y avoir des milliers de paquets) s'appelle « encapsulage ». Si, par exemple, votre système de courrier électronique fait appel à telle ou telle technique de compression, cette information sera ajoutée à chaque paquet. Chaque paquet sera aussi muni d'une adresse pour qu'il puisse arriver à destination.

Cette information, qui est l'équivalent de l'adresse que l'on trouve sur une enveloppe envoyée par la poste, permet aux divers éléments du système de communications (p. ex., le matériel, les techniques de compression, les systèmes de sécurité) de traiter le paquet pour qu'il puisse parvenir au destinataire. L'information ajoutée sur l'enveloppe comprend également une technique qui permet de vérifier s'il y a des erreurs et une technique permettant de déterminer si le message complet s'est bien rendu.

Figure 3.5 Acheminement des paquets de données



Mis à part la façon dont Internet a modifié radicalement la façon dont les gens communiquent, la disponibilité de l'information et la façon dont les gens l'utilisent, sur le plan technique, Internet est simplement un ensemble de règles pour envoyer des messages à une boîte aux lettres distante (c.-à-d. aux serveurs fournis par le fournisseur d'accès Internet). Internet n'a ni administration centrale, ni adresse fixe, ni bureau régional, ni employés. Personne ne travaille pour Internet ni ne touche une rémunération versée par Internet. Internet n'est autre chose qu'un ensemble de règles sur lesquelles on s'entend pour communiquer, tout comme les règles de grammaire sur lesquelles on s'entend pour écrire. En d'autres mots, les grammaires sont des systèmes ouverts; une fois que l'on en a appris les règles, l'on peut se servir du système pour parler à toute personne qui a appris les mêmes règles[29].

Étant donné qu'il constitue un ensemble de règles de communication, Internet présente beaucoup des mêmes problèmes de réglementation pour les gouvernements que la réglementation du contenu des envois postaux ou des communications téléphoniques. Il existe des règles (p. ex., sur l'utilisation du système postal ou du système téléphonique à des fins criminelles), mais le plus souvent, le gouvernement n'intervient aucunement dans les lettres qui sont postées ni dans les appels téléphoniques qui sont effectués, si ce n'est pour assurer la conformité avec les lois relatives aux activités criminelles, au libelle ou à la diffamation[30].

La Federal Communications Commission (FCC) aux États-Unis a récemment dit au sujet d'Internet :

> La nature chaotique de l'Internet peut déranger les gouvernements, qui ont tendance à priser la stabilité et la certitude. L'incertitude de l'Internet n'est toutefois pas une faiblesse, mais bien une force. Car de la décentralisation vient la souplesse et de la souplesse naît le dynamisme. Il se pourrait bien qu'un ordre finisse par se dégager des interactions complexes de nombreuses entités sans aucun lien de coordination entre elles, et ce, sans l'intervention de hiérarchies centralisées forcément lourdes et rigides[31]. [Traduction]

Cela dit, Internet n'est peut-être pas la technologie qui entraînera le plus de bouleversements.

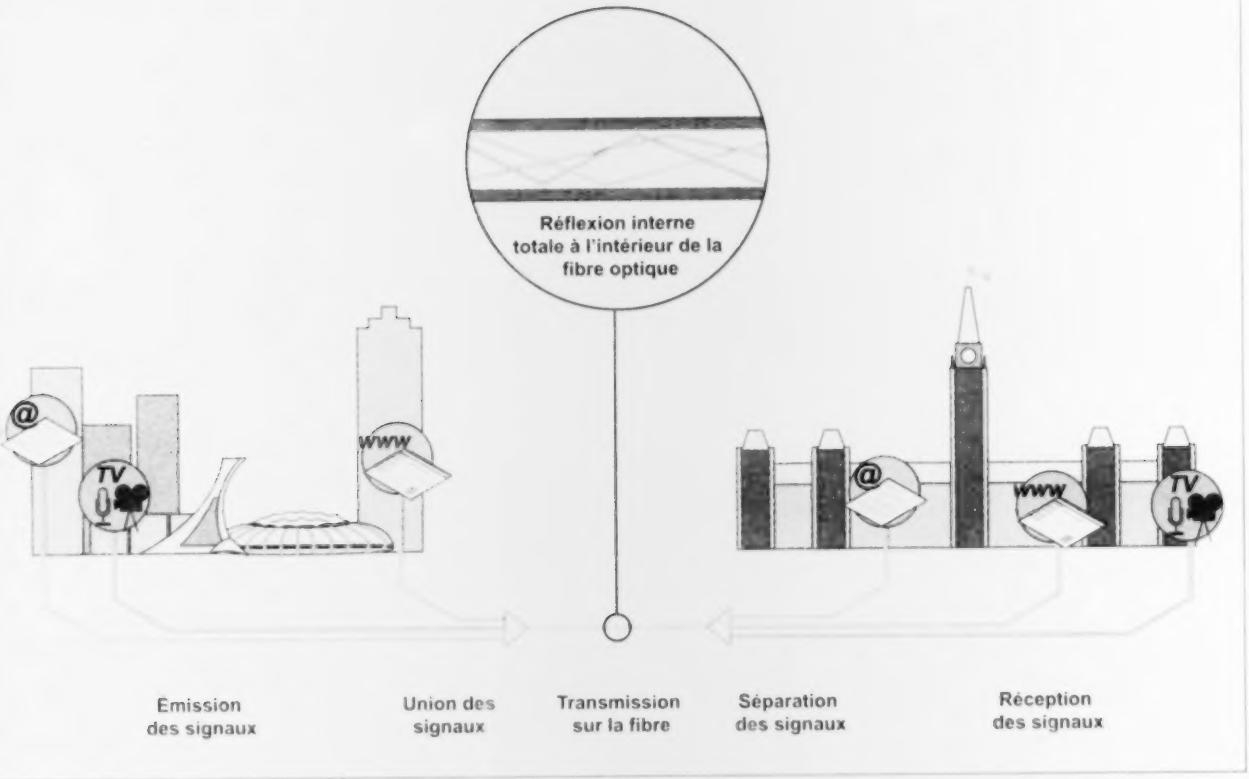
Fibres optiques

Même si c'est Internet qui retient le plus l'attention et qui suscite un optimisme débordant au sujet de l'avenir, il ne s'agit là que d'une de ces soi-disant « technologies perturbatrices » qui ont vu le jour au cours des dernières décennies. Il y a en effet de très bonnes raisons de croire que c'est la technologie des fibres optiques qui, plus que toute autre invention, viendra bouleverser le monde des communications et de la radiodiffusion[32].

L'idée de communiquer en faisant appel à la lumière n'a rien de nouveau. Dès le XIXe siècle, l'on avait déjà assisté à plusieurs démonstrations de transmission optique (c.-à-d. par la lumière). En 1878, deux ans après avoir mis au point le téléphone, Alexander Graham Bell a fait la démonstration d'un appareil (appelé photophone) qui permettait de transmettre la voix humaine dans l'air sur une distance pouvant atteindre 200 mètres.

L'on fait généralement remonter l'origine des communications modernes par fibres optiques aux années 1950, à l'époque où Narider Kapany, chercheur au collège impérial des sciences et de la technologie en Angleterre, et Brian O'Brian, de l'American Optical Company, montrèrent que la lumière pouvait être transmise au moyen d'une mince fibre de verre[33]. Au cours des 15 années qui suivirent, scientifiques et ingénieurs améliorèrent graduellement la qualité du verre pour en arriver finalement à la transmission optique sur une distance de 10 kilomètres[34, 35].

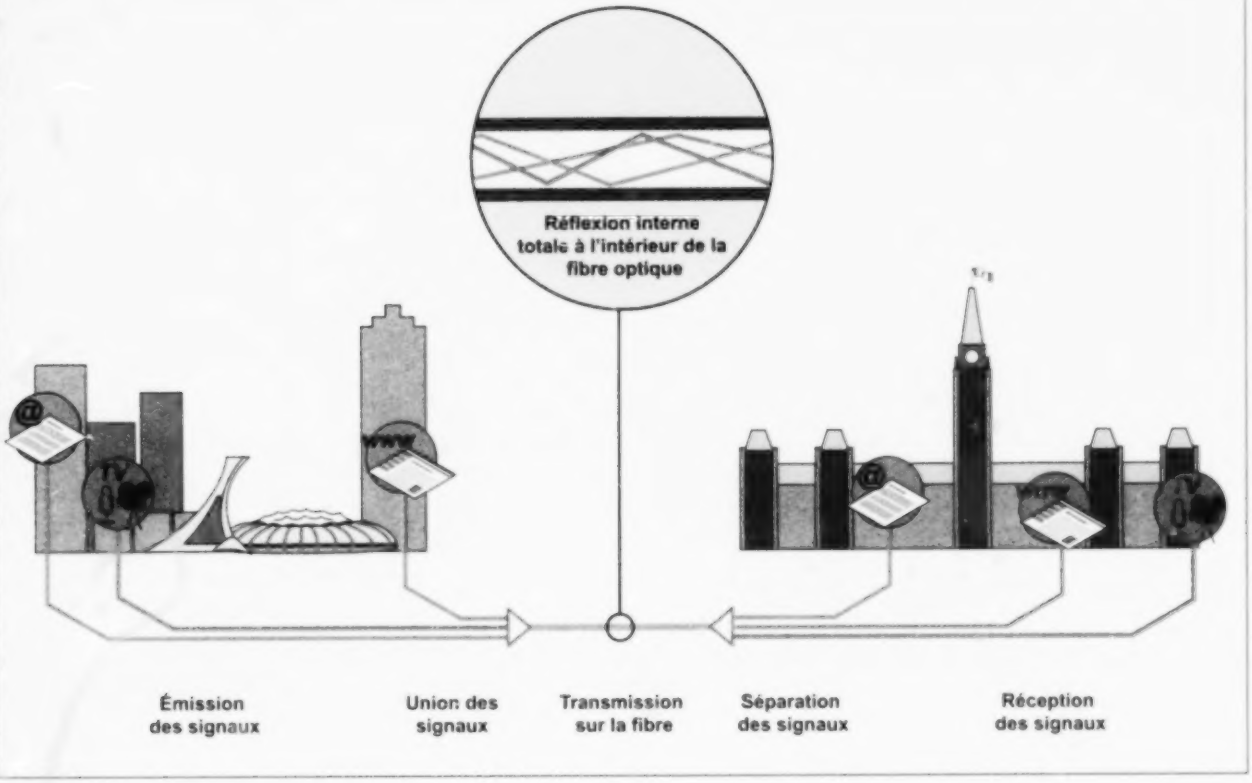
Figure 3.6 Transmission optique de données



L'on se sert de lasers pour acheminer des signaux dans une fibre de verre[*]. Les signaux numériques peuvent être envoyés à différentes fréquences (c.-à-d. sur différents canaux) et, puisqu'il s'agit de lumière, les signaux peuvent être envoyés en des couleurs différentes. Avec toutes ces fréquences et les quelques milliers de couleurs différentes qui existent, une fibre peut à elle seule transmettre une énorme quantité d'informations. En 1999, des chercheurs de Bell Laboratories ont démontré qu'il était possible de transmettre 160 Go par seconde sur une fibre optique de 300 kilomètres en se servant d'une seule couleur. Ils ont ensuite démontré qu'il était possible d'envoyer 1 022 couleurs différentes en même temps dans une seule fibre[*].

Les répercussions de cette démonstration technique peuvent facilement être mal comprises, mais elles sont considérables. Elle prouve qu'une fibre

Figure 3.6 Transmission optique de données



L'on se sert de lasers pour acheminer des signaux dans une fibre de verre[56]. Les signaux numériques peuvent être envoyés à différentes fréquences (c.-à-d. sur différents canaux) et, puisqu'il s'agit de lumière, les signaux peuvent être envoyés en des couleurs différentes. Avec toutes ces fréquences et les quelques milliers de couleurs différentes qui existent, une fibre peut à elle seule transmettre une énorme quantité d'informations. En 1999, des chercheurs de Bell Laboratories ont démontré qu'il était possible de transmettre 160 Go par seconde sur une fibre optique de 300 kilomètres en se servant d'une seule couleur. Ils ont ensuite démontré qu'il était possible d'envoyer 1 022 couleurs différentes en même temps dans une seule fibre[57].

Les répercussions de cette démonstration technique peuvent facilement être mal comprises, mais elles sont considérables. Elle prouve qu'une fibre

plus mince qu'un cheveu peut transmettre plus de 2 000 stations de télévision en même temps[39]. En effet, une fibre de verre peut à elle seule donner une largeur de bande qui est pratiquement égale à la largeur de bande totale atteinte par le réseau fédérateur des États-Unis en l'an 2000[40]. Comme l'a fait remarquer récemment David Farber (professeur à la section des systèmes de télécommunications du département d'informatique de Penn Engineering et ancien technologiste en chef à la Federal Communications Commission), c'est donc dire que « le changement, nous n'avons pas fini d'en voir[41] ».

La Transmission dans fil (TSF)

Le coût de la prestation de services de téléphone ou de câblodistribution dans les régions éloignées a toujours été élevé. Dans le monde du téléphone et de la câblodistribution, l'on parlait de ce problème comme du problème du « dernier kilomètre ». L'expression a depuis été reprise pour désigner le problème de l'accès à large bande à Internet.

La technologie satellite a supprimé le problème technique du « dernier kilomètre » pour les régions éloignées qui souhaitaient avoir accès aux signaux de télévision et de radio, mais elle ne l'a pas supprimé pour ce qui est d'assurer l'accès à large bande à un coût raisonnable. À l'heure actuelle, l'accès haute vitesse à Internet par satellite coûte beaucoup plus cher que l'accès haute vitesse par câble ou par téléphone.

Le « dernier kilomètre » peut aussi désigner le dernier tronçon qui permet de relier une entreprise ou un foyer à un service de communications. Pour la plupart des foyers et des entreprises, l'accès à large bande à Internet se fait actuellement par le câble ou par une ligne d'accès numérique (DSL). Or, plusieurs millions de foyers canadiens n'ont pas le câble, et le service DSL n'est disponible que dans un rayon de cinq kilomètres d'une centrale téléphonique[41].

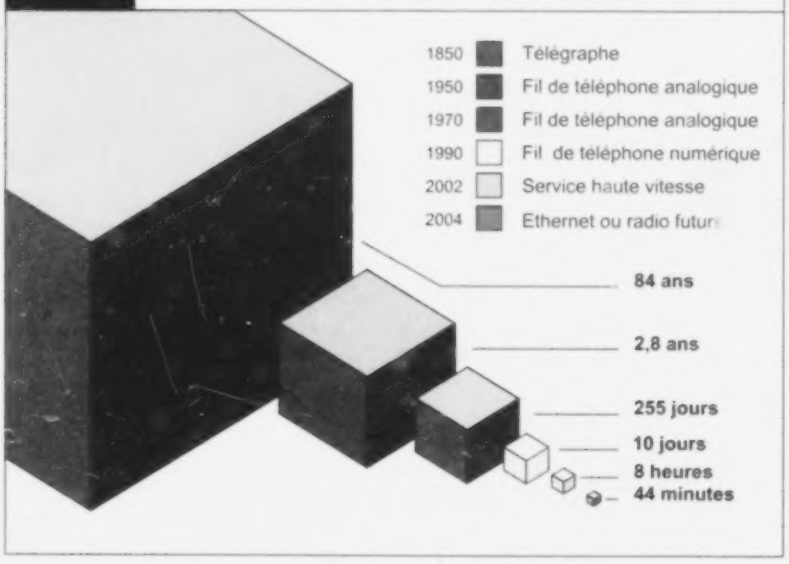
L'établissement d'un réseau à large bande sans fil serait un moyen de régler les problèmes d'accès attribuables à la distance ou à la réglementation. Cela pourrait se faire de plusieurs façons différentes, et nous ne jugeons pas utile d'entrer les détails ici. Nous tenons toutefois à préciser qu'il est déjà possible sur le plan technique de relier tout un quartier à une station de base dotée d'un point d'accès et d'assurer l'accès au service à large bande aux divers foyers du quartier[42].

Cette aptitude à offrir un réseau à large bande dans les foyers aura des répercussions énormes sur le système de radiodiffusion canadien. Les principales améliorations toucheront la capacité du « conduit » qui amène les signaux au consommateur ou à l'auditoire. L'on qualifie souvent cette capacité de « largeur de bande » et on la mesure en fonction de la quantité d'informations transmises par seconde. Il ne faut pas beaucoup de largeur de bande pour envoyer un courriel à une vitesse acceptable, mais il faut une capacité considérablement plus élevée pour envoyer un film (p. ex., temps réel, télé à la carte).

Il existe un certain nombre de difficultés techniques qui empêchent d'assurer la largeur de bande nécessaire pour que tous les foyers aient vraiment accès à la « télé à la carte ». Les ménages câblés auront sans doute un accès complet à la « télé à la carte » d'ici un an[4]. Les difficultés les plus importantes tiennent à la technologie existante (fil de cuivre) qui relie la plupart des foyers (non câblés) au système de téléphone. Même pour ces ménages, il serait toutefois possible de regrouper les technologies existantes en bouquets afin que la « télé à la carte » devienne réalité.

Les principales technologies qui favoriseront l'accès à la transmission en temps réel et à la télé à la carte (diffusion à destination unique) ont trait à la largeur de bande et à la capacité de stockage. À l'heure actuelle, il faudrait huit heures pour télécharger un film au moyen d'une connexion

Figure 3.7 Temps de transmission d'une vidéocassette de 90 minutes, 1850 - 2004

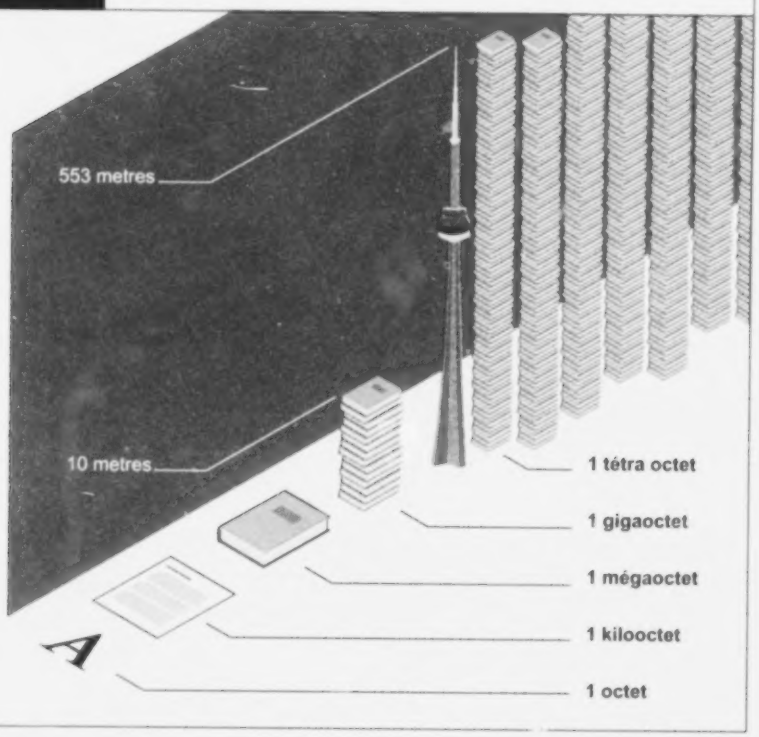


Internet haute vitesse; avec une ligne à fibre optique de bout en bout, le téléchargement pourrait se faire en moins d'une heure.

Capacité de stockage

La capacité de stockage a aussi augmenté de façon exponentielle ces 20 dernières années. Il y a 15 ans, un disque dur avec une capacité de 40 Mo paraissait tout à fait acceptable. De nos jours, même les ordinateurs assez peu coûteux ont des disques durs de 40 Go, ce qui permet le stockage d'une douzaine de films de 90 minutes. Les laboratoires de recherche ont déjà mis au point des dispositifs de stockage holographique d'une capacité de 125 Go qui permettent la transmission des données contenues dans le dispositif de stockage à raison de 40 Mo par seconde (mise en marché prévue pour 2003). D'ici 10 ans, le stockage holographique aurait vraisemblablement une capacité de un teraoctet (1 000 Go) et permettrait de transmettre des données à raison de 1 Go par seconde[44].

Figure 3.8 Capacité de mémoire



En supposant que la technologie continue à évoluer au rythme actuel, il sera un jour possible de stocker toutes les archives de la bibliothèque du Congrès aux États-Unis sur un seul disque de la taille d'un disque compact. Manifestement, avec cet accroissement de la largeur de bande et de la capacité de stockage, les gens trouveront bien plus facile d'avoir accès aux bulletins de nouvelles, à la musique, aux films et aux émissions qu'ils souhaitent écouter au moment qui leur convient. Il ne faut pas conclure pour autant que la « radiodiffusion » telle que nous la concevons à l'heure actuelle va disparaître. La télévision n'a pas tué la radio, mais la radio a changé[45]. De même, la radiodiffusion ne disparaîtra pas, mais elle va changer au fur et à mesure que l'auditoire continuera à se fragmenter au fil des ans[46].

La radiodiffusion étant ainsi appelée à se transformer, l'accès et la distribution feront nécessairement appel à des plates-formes et des contextes différents. L'on a vu, par exemple, qu'avec l'expansion rapide et la popularité croissante d'Internet vers le milieu des années 1990, les programmeurs ont mis au point des moteurs de recherche sophistiqués, comme Google et Yahoo, afin d'aider les utilisateurs en ligne à trouver le contenu qu'ils cherchent. De même, la popularité grandissante de la télévision par satellite et du câble numérique a entraîné la croissance rapide et le développement de l'industrie de la « navigation télévisuelle ».

Les systèmes de « navigation télévisuelle », le plus souvent appelés guides de programmes interactifs (IPG), sont conçus pour aider les téléspectateurs à retrouver des programmes en particulier. Le chef de file mondial dans ce domaine, Gemstar-TV Guide International, a des contrats de licence avec quatre des six premiers câblodistributeurs américains et avec deux des trois premiers câblodistributeurs canadiens (Shaw Cablesystems et Cogeco). À long terme, Gemstar projette d'offrir ses produits IPG aux téléspectateurs du monde entier. Si jamais son projet se concrétisait, la propriété de la porte d'accès à la radiodiffusion canadienne, c'est-à-dire de l'information sur le contenu et la programmation, se trouvera tout entière entre les mains d'une entreprise ayant son siège à l'extérieur du Canada.

L'on peut se faire une idée de tout ce que la technologie de la boîte numérique pourrait permettre comme utilisations quand on sait qu'elle pourrait être jumelée à un enregistreur personnel de vidéo (PVR), appareil qui permet d'enregistrer une émission de télévision pour la regarder à la date et à l'heure de son choix[47]. Il faudra un certain temps pour que la popularité des PVR croisse, mais il est presque inévitable que leur

utilisation se généralise, et ce, pour deux raisons. Premièrement, dans un univers de 200 à 300 canaux, les consommateurs auront recours à des guides de programmes électroniques pour les aider à savoir ce qui est présenté sur les différents canaux. Deuxièmement, une fois qu'ils auront pris l'habitude de consulter les guides de programmes électroniques, ils n'auront plus qu'un pas à faire pour demander à leur PVR d'enregistrer certaines émissions.

Figure 3.9 Grille horaire personnalisée

Ainsi, la multitude des choix offerts aux citoyens a créé un monde des communications où l'ancien régime de réglementation (qui remonte à une époque où les compagnies de téléphone avaient chacune le monopole d'une ou de plusieurs régions et où il fallait composer avec la pénurie des fréquences) n'est plus viable. Même réglementé, le monde numérique, aux yeux du simple citoyen, échappera à toute réglementation.

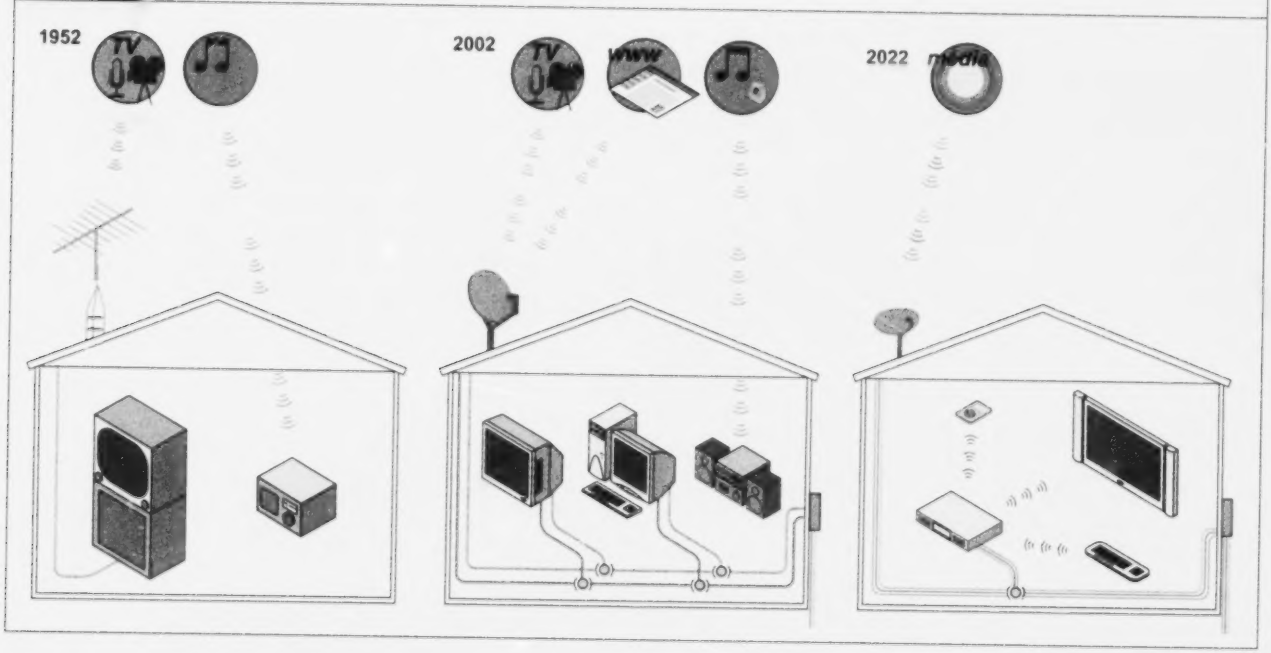
C. Prédictions et questions émergentes

À la lumière de ce qui précède, il est possible de prévoir quels seront les éléments du nouvel environnement des communications et quelles seront les grandes questions sur lesquelles le Comité permanent aura à se pencher. Voici, exprimé en termes simples, ce à quoi l'on peut s'attendre au cours des quelques années à venir :

- La radiodiffusion analogique sera graduellement supplantée.
- Les systèmes numériques (auxquels la plupart des Canadiens ont déjà accès) prédomineront (p. ex., transmission par satellite, par câble ou par connexion haute vitesse sur des lignes téléphoniques traditionnelles).
- La largeur de bande effective (c.-à-d. la vitesse à laquelle l'information peut être envoyée à un foyer ou à une personne en particulier) va continuer à croître. Cette évolution sera fonction des progrès réalisés en matière de techniques de compression et de vitesse de traitement ainsi que des changements qui seront apportés aux réseaux.
- Les choix offerts aux consommateurs (radio, télévision, journaux, nouveaux médias) vont continuer à se multiplier.
- L'auditoire va continuer à se fragmenter.
- Pour compenser la fragmentation de l'auditoire, les entreprises vont offrir des bouquets de services (p. ex., radio, télévision, Internet et communications par satellite).
- Les différences entre la radiodiffusion et les télécommunications vont continuer à s'estomper à tel point que, du point de vue des consommateurs ou des auditoires, elles disparaîtront à toutes fins utiles.

- La consommation de médias se fera sous forme d'abonnement (radio, télévision, journaux et services d'information).
- Les abonnements continueront à prendre de plus en plus d'importance.
- Les consommateurs auront un système de communications intégré (c.-à-d. qu'ils ne verront aucune différence entre leur téléviseur et leur écran d'ordinateur).
- Les consommateurs auront au moins un dispositif de communications personnel multifonctionnel qui leur servira de téléphone cellulaire, de téléavertisseur, d'assistant numérique et de récepteur de médias (audio et vidéo) en continu.
- Les consommateurs pourront se tailler une grille de programmes numériques sur mesure (parmi les 2 500 stations radio Internet par exemple) en créant leur propre menu ou en utilisant un système de menus élaboré par une tierce partie.

Figure 3.10 Médias dans les foyers à travers le temps



Il est bien sûr impossible de prédire avec certitude les changements à venir, mais l'on peut quand même faire des conjectures éclairées sur ce que nous réserve l'avenir. Même si personne ne peut savoir exactement comment le monde de la radiodiffusion sera configuré à l'avenir (p. ex., le nombre et le type de canaux qui seront offerts dans cinq ans), l'on peut affirmer sans trop risquer de se tromper que l'on assistera dans les années à venir à divers changements rendus possibles par les progrès technologiques en cours et par la volonté des entreprises d'offrir aux consommateurs de nouveaux services ou de nouveaux bouquets de services.

L'utilisation que l'on fait du système de radiodiffusion a beaucoup changé depuis 50 ans. La télévision est devenue populaire dans les années 1950, ce qui s'est répercuté sur l'importance et l'utilisation de la radio. L'arrivée de la câblodistribution dans les années 1970 a entraîné un accroissement considérable du nombre de canaux auxquels les consommateurs avaient accès et a conduit à la multiplication des chaînes thématiques (histoire, biographie, sport). Dans les années 1980, l'on a commencé à pouvoir louer des films (sous forme de vidéos). Au cours des années 1990, Internet est devenu un protocole que le public peut utiliser pour écouter la « radio Internet », regarder des séquences vidéo en continu ou encore de s'abonner aux « éditions électroniques » de journaux qui sont mises à jour plusieurs fois dans la journée[48].

Trois grandes constantes se dégagent de cette évolution. Premièrement, l'avènement des nouvelles technologies a donné aux consommateurs une plus grande liberté de choix pour ce qui est de leurs habitudes d'écoute. Ainsi, bien des gens ne vont jamais au cinéma parce qu'ils préfèrent regarder des films à la télévision ou sur vidéocassette. Deuxièmement, le choix s'est accru (passant de 3 ou 4 canaux de télévision en 1955 à plus de 350 canaux en 2003). Troisièmement, les consommateurs font appel aux nouveaux services pour se libérer des contraintes de temps (c.-à-d. pour écouter ce qu'ils veulent écouter quand cela leur convient). Ces changements ont modifié de fond en comble l'idée que nous nous faisons de ce qu'est une « émission ».

Cependant, comme nous l'avons aussi montré dans ce chapitre, la fragmentation de l'auditoire dépend également des choix plus nombreux rendus possibles grâce aux changements technologiques sous-jacents qui ont accru la capacité du système de télécommunications. La capacité technique a augmenté davantage dans les 10 années entre 1992 et 2002 que pendant les 100 ans qui se sont écoulés entre 1878, année où Bell a fait son premier appel interurbain, et 1978. Les percées qui permettront

d'accroître encore davantage la capacité technique ne seront toutefois pas nécessairement le fait d'ingénieurs et de scientifiques travaillant dans le domaine des télécommunications. Comme on le faisait remarquer dans un récent article du *Scientific American* :

> Les progrès cruciaux dans des domaines d'importance aussi critique que la climatologie, la médecine, la bioscience, la fusion contrôlée, la défense nationale, la nanotechnologie, l'ingénierie de pointe et le commerce dépendent de la mise au point de machines pouvant fonctionner à des vitesses au moins 1 000 fois supérieures à la vitesse à laquelle fonctionnent les plus gros super ordinateurs en service aujourd'hui[49]. [Traduction]

Ainsi, tout comme Fourier en faisant ses recherches sur la chaleur ou les premiers scientifiques qui se sont intéressés aux fibres optiques n'imaginaient pas qu'un jour leurs inventions pourraient être utilisées dans le domaine des télécommunications ou de la radiodiffusion, il est tout aussi probable que les travaux de recherche en nanotechnologie ou en biosciences produiront des résultats théoriques ou pratiques qui trouveront des applications très éloignées des applications prévues à l'origine. Pour cette raison, il est probable que la capacité à envoyer des émissions à ceux qui veulent les recevoir et à créer des divertissements tout à fait nouveaux (p. ex., jeux et simulations) ne pourra que s'accroître[50].

Notes en fin de chapitre

1 C'est en changeant constamment l'onde électromagnétique que l'on peut transmettre l'information (p. ex., les points et les traits du code morse). La technique qui permet de modifier les caractéristiques de l'onde électromagnétique est désignée sous le nom de « modulation ».

2 Comme l'air n'est pas nécessaire à la propagation du spectre électromagnétique, il est spécieux d'affirmer que les ondes sont un bien public du fait que l'air est de propriété publique. Si les gouvernements ont voulu réglementer l'utilisation de divers éléments du spectre (p. ex., les rayons X), c'est pour assurer la sécurité des personnes. C'était donc là la raison première de la réglementation des radiocommunications (avec les navires en mer).

3 Si nous pouvions voir à l'œil nu les ondes qui sont absorbées par l'atmosphère, il y aurait très peu de différence entre le jour et la nuit, et nous vivrions dans un monde visuellement en chaos.

4 Le mouvement de l'embarcation qui quitte le sommet de la crête pour redescendre et remonter ensuite est considéré comme un cycle complet. Si l'embarcation esquisse ce mouvement quelques fois seulement en l'espace d'une heure, le trajet sera sans doute agréable. Si toutefois elle monte, descend, puis remonte bien des fois en l'espace d'une minute, le trajet sera sans doute beaucoup moins agréable. En termes techniques, plus le cycle se répète souvent plus le trajet est désagréable.

5 Les cycles par seconde sont calculés en hertz quand il s'agit d'ondes électromagnétiques. Un hertz équivaut à un cycle par seconde, ou encore, si nous revenons à notre bateau, à un mouvement complet (la montée, la descente et la remontée de l'embarcation) par seconde.

6 Voir l'annexe 6 pour un historique des progrès de la radiodiffusion (1880-2003).

7 L'invention la mieux connue de cette époque est le radar, qui utilise les ondes électromagnétiques. Le mot radar est un sigle formé des premières lettres de « radio detection and ranging », ou radiodétection et radiotélémétrie.

8 Les tubes se brisaient constamment et avaient une durée de vie très courte s'ils étaient exposés à des vibrations (p. ex., dans des avions). Aussi les autorités militaires étaient à la recherche d'une technologie plus robuste qui consommerait moins d'énergie et prendrait moins de place. Le transistor fut inventé en 1947; à l'encontre du tube, le transistor continuait à fonctionner même si on l'échappait par terre. Le transistor est un semi-conducteur qui fait appel aux mêmes principes de base que les premiers postes de radio à cristaux.

9 Dès juillet 1941, les Canadiens des régions frontalières pouvaient capter des signaux de télévision diffusés à partir des États-Unis.

10 À ses débuts, la communication télégraphique se faisait au moyen d'un fil de cuivre, tandis que la communication téléphonique se faisait à l'aide de deux fils, puis de deux fils torsadés. Par la suite, on a mis au point le câble coaxial. Avec chaque amélioration, la quantité de données pouvant être transmise augmentait. La transmission par fil s'est considérablement améliorée entre l'invention du télégraphe et l'avènement du câble, mais les principes sous-jacents sont les mêmes dans les deux cas.

11 Le multiplexage permet le partage d'une même ligne téléphonique (ou d'un même câble) entre plusieurs dispositifs (ou canaux). C'est une technique qui a d'abord été mise au point pour les lignes de téléphone analogiques, mais dont l'usage est maintenant très répandu pour les transferts d'information tant analogiques que numériques. Ainsi, une ligne de téléphone T-3 peut à elle seule transmettre 672 conversations à raison de 45 mégabits par seconde.

12 Il est important de souligner que les Canadiens vivant dans des régions non desservies par le câble doivent être munis d'un boîtier adaptateur ou d'une antenne pour capter les signaux radiodiffusés. Ce type de transmission est qualifié de transmission « par la voie des ondes » ou « d'antenne ». Les radiodiffuseurs qui ont recours à ce type de transmission sont dits « traditionnels » ou « conventionnels ». L'on fait ainsi la distinction entre les nouvelles chaînes spécialisées (qui ne sont pas radiodiffusées) et les anciennes qui diffusent par la voie des ondes. Cela dit, presque aucun téléspectateur d'aujourd'hui ne dit : « Je suis en train de regarder la télévision traditionnelle en ce moment. »

13 Pour en savoir davantage sur ce qui s'est passé dans les années 1990, voir le chapitre 2 de l'ouvrage de Matthew Fraser, *Free for All: The Struggle for Dominance on the Digital Frontier*, Stoddart, Toronto, 1999, qui est d'une lecture très accessible.

14 Voir www.athabascau.ca.

15 La télévision ne peut être transmise au nord de 82° de latitude Nord (à cause de la sphéricité de la terre) et certaines collectivités dans le Grand Nord ne peuvent pas recevoir les signaux satellite pour la télévision.

16 Voir le chapitre 5. M. Michael Helm, d'Industrie Canada, a dit au Comité qu'il y avait quatre ou cinq ans qu'il n'avait entendu parler de quelque plainte que ce soit au sujet de la réception de la télévision.

17 Voir les chapitres 7 et 10 pour plus de détails sur la radiodiffusion dans le Nord et la radiodiffusion autochtone.

18 Statistique Canada (années diverses), *Enquête sur l'équipement ménager*, catalogue 64-202, publication annuelle; catalogue 64-202S (années diverses), *Estimations rectifiées* (1977-1987); Statistique Canada (années diverses), *Équipement ménager selon le revenu et d'autres caractéristiques*, catalogue 13-218-XPB; Statistique Canada (années diverses), *Enquête sur les dépenses des ménages*, catalogue 62M0004XCB; CRTC, *1976-1981 : Relevés statistiques et financiers de l'industrie. Canada, régions et provinces : câblodistribution*; CRTC, *1977-1982. Relevés statistiques et financiers de l'industrie. Canada, régions et provinces : câblodistribution*; *CRTC. Relevés de câblodistribution statistiques et financiers, 1979-1984 : Canada, régions et provinces*; ACTC, *Rapport annuel 2001-2002*.

19 Statistique Canada (années diverses), *Enquête sur l'équipement ménager*, catalogue 64-202, publication annuelle; catalogue 64-202S (années diverses), *Estimations rectifiées* (1977-1987); Statistique Canada (août 1947) *Appareils de chauffage, appareils de T.S.F. et téléphones dans les maisons canadiennes, août 1947*; Statistique Canada (octobre 1949), *Appareils de radio et électrification des maisons*, octobre 1949; Statistique Canada (années diverses), *Enquête sur les dépenses des ménages*, catalogue 62M0004XCB.

20 Il est intéressant de noter comment les découvertes de Fourier sont encore utiles aujourd'hui. Le mathématicien et physicien français Jean-Baptiste Joseph Fourier (1768-1830) a contribué de façon durable à notre capacité à utiliser les ondes électromagnétiques à des fins de communication bien avant que Samuel Morse ou Alexander Graham Bell n'inventent leurs dispositifs de communication. Il a prouvé que toutes les ondes pouvaient être représentées comme étant la somme d'un certain nombre d'ondes sinusoïdales, et c'est là le fondement même de l'utilisation que nous faisons des ondes électromagnétiques. Les recherches de Fourier dans ce domaine sont

antérieures à celles de Faraday ou de Maxwell sur les ondes électromagnétiques et montrent que les découvertes ou les connaissances dans un domaine peuvent avoir des applications intéressantes dans un autre domaine. Ainsi, les recherches de Fourier sur la propagation de la chaleur, qu'il a menées sans se douter le moindrement qu'elles seraient un jour appliquées à la radiodiffusion, ou même que la radiodiffusion existerait, ont eu une incidence déterminante sur notre capacité à mettre au point des systèmes de communications qui font appel aux ondes électromagnétiques. (Fourier a démontré que toutes les courbes mathématiques, quelles qu'elles soient, peuvent être décrites comme la somme d'un certain nombre d'ondes sinusoïdales.)

21 Il existe aussi d'autres systèmes de numération (p. ex., de base 8 ou de base 16). Le système hexadécimal (de base 16) est utilisé pour programmer les ordinateurs. D'aucuns affirment, sans toutefois pouvoir le prouver, que certains chercheurs pensent en mode octal (de base 8).

22 Les chiffres binaires peuvent être représentés de diverses façons. Des chaînes de bits (0 et 1) peuvent être codées en ondes radio comme étant des modifications soudaines de puissance (amplitude). C'est là un exemple de l'utilisation de la modulation. Elles peuvent être représentées par la présence ou l'absence d'une charge électrique (1, 0). Les particules sur un disque dur peuvent être magnétisées dans un sens ou dans l'autre. Sur un disque compact, la représentation se fait au moyen de petits trous plus courts ou plus longs.

23 Certains changements doivent être apportés au système dans son ensemble, mais il n'est pas nécessaire de modifier le câble en tant que tel.

24 Voir à l'annexe 7 une brève histoire d'Internet.

25 Le lecteur trouvera une analyse assez détaillée de la notion de contenu canadien au chapitre 5.

26 L'on dit souvent du courrier électronique que c'est l'« application éliminatrice » d'Internet.

27 Il convient aussi de se rappeler que le système doit tenir compte d'un certain nombre de facteurs qui peuvent introduire des erreurs dans le message ou occasionner des retards. Parmi ces facteurs, mentionnons l'activité des taches solaires et la présence de moteurs électriques ou de lumières fluorescentes qui sont autant de sources d'ondes (de radiations) électromagnétiques susceptibles de causer des problèmes.

28 Les couches du modèle OSI s'appellent : interconnexion, application, présentation, session, transport, réseau, liaison de données et couche physique.

29 La grammaire Internet, ou protocole Internet (IP), est un sous-ensemble d'une autre grammaire appelée protocole de contrôle de transmission (TCP), ou TCP/IP. Le TCP/IP comporte cinq couches, tandis que le modèle OSI en a sept.

30 Pour une analyse de la réglementation d'Internet, voir le chapitre 14.

31 Kevin Werbach, *Digital Tornado*, Federal Communications Commission, Washington DC, 1997, p. ii.

32 Les deux termes techniques utilisés pour désigner ce domaine sont l'optoélectronique ou la photonique.

33 L'appareil a été utilisé pour acheminer une image depuis une source jusqu'à une destination et a servi à des inspections de matériel industriel ainsi qu'à des applications médicales.

34 La transmission a été réalisée sans l'intervention d'un répéteur. Avec les améliorations qui ont suivi, l'on a réussi à transmettre un signal sur une distance de 50 kilomètres.

35 Le diamètre d'une fibre de verre est légèrement inférieur à celui d'un cheveu (entre 50 et 65 microns).

36 Laser est le sigle obtenu à partir des mots *light amplification by simulated emission of radiation*, ou amplification de la lumière par émission stimulée de radiations.

37 BBC News, 14 novembre 1999.

38 Des fibres de verre sont combinées à d'autres fibres, puis recouvertes d'une gaine protectrice; le câble ainsi obtenu, qui peut comprendre jusqu'à 100 fibres, est enfoui dans des tranchées ou acheminé dans des tuyaux ou des conduits. Même si la capacité des fibres varie selon leur type et la date à laquelle elles ont été installées, l'on peut raisonnablement affirmer à la lumière de la demande actuelle qu'il n'y a à toutes fins utiles aucune limite à la capacité de transmission de l'information. Il suffirait en effet d'une seule fibre réservée à la transmission de signaux de télévision pour acheminer pratiquement toutes les stations de télévision du monde (2 000 en tout).

39 Knowledge@Wharton, spécial CNET News.com, 20 septembre 2000.

40 Ibid.

41 L'extension de l'accès à large bande a aussi été entravée par divers obstacles réglementaires et par les conflits entre les acteurs de l'industrie qui ne s'entendent pas sur le partage du territoire ni sur la façon dont les divers services seront assurés.

42 La station de base radio (appelée point d'accès au réseau ou NAP) est reliée à Internet. Chaque foyer a son antenne qui le relie à la station de base. Il y aurait diverses façons de s'y prendre. L'on pourrait notamment faire appel à la nouvelle norme de télécommunications 802.11.

43 Un certain nombre d'entreprises cinématographiques américaines ont annoncé récemment leur intention de mettre sur pied une cinémathèque contenant quelque 350 films que l'on pourra obtenir « sur demande ». Moyennant une somme modique (il est question de demander 4 $), les ménages qui le souhaiteraient pourraient télécharger un film qui serait mis à leur disposition pendant deux jours, tout comme quand on loue une vidéocassette.

44 *PC Magazine*, 4 septembre 2001, p. 78.

45 Fait intéressant, il semble que la radio soit en train de l'emporter sur la télévision, notamment à cause des nouvelles habitudes d'écoute, comme d'écouter la radio sur Internet. Ainsi, au Royaume-Uni, pour la deuxième fois en un an, les heures journalières d'écoute de la radio ont dépassé les heures d'écoute de la télévision, se chiffrant en moyenne à 3:48 comparativement à 3:46 (*The Independent*, 3 août 2001).

46 Par exemple, les émissions de télévision populaires des années 1960 pouvaient attirer jusqu'à 75 % des téléspectateurs. Cette époque est maintenant révolue. De nos jours, une émission de télévision populaire comme *Survivor* est considérée comme ayant un succès très acceptable quand elle attire 30 % de l'auditoire. Les manifestations sportives comme le Super Bowl ou la Série mondiale atteignent rarement plus de 50 % de l'auditoire. Ces pourcentages vont sans doute baisser à l'avenir au fur et à mesure que l'auditoire continuera à se fragmenter.

47 Les modèles existants de PVR peuvent stocker de 30 à 280 heures de programmes. Par ailleurs, l'on peut maintenant acheter des ordinateurs capables d'enregistrer plus de 300 heures de programmes.

48 La transmission vidéo et audio en continu peut être définie comme un moyen de commencer à lire un message pendant que le reste du message continue à s'enregistrer. La transmission en continu fait appel à la compression qui réduit la place qu'occupent la voix, les images et les données afin qu'elles puissent être transmises en moins de temps. La transmission vidéo et audio en continu est utilisée pour la radiodiffusion vidéo et audio sur Internet.

49 Thomas Sterling, « How to Build a Hyper Computer », *Scientific American*, juillet 2001, p. 39.

50 Il est tout à fait remarquable que l'industrie des jeux sur ordinateur (p. ex., Nintendo Game Cube, Xbox, etc.) dépasse déjà en taille l'industrie du cinéma même si elle a vu le jour il y a à peine 25 ans. J. Patel de Deutsche Banc a récemment déclaré : « Selon nous, le secteur du divertissement interactif présente de plus en plus les propriétés des industries traditionnelles du divertissement et des médias, et obtient une part démesurée du marché du divertissement au foyer, tant pour ce qui est des heures que des fonds qu'y consacrent les consommateurs. » www.gignews.com/2002andbeyond.htm.

42 La station de base radio (appelée point d'accès au réseau ou NAP) est reliée à Internet. Chaque foyer a son antenne qui le relie à la station de base. Il y aurait diverses façons de s'y prendre. L'on pourrait notamment faire appel à la nouvelle norme de télécommunications 802.11.

43 Un certain nombre d'entreprises cinématographiques américaines ont annoncé récemment leur intention de mettre sur pied une cinémathèque contenant quelque 350 films que l'on pourra obtenir « sur demande ». Moyennant une somme modique (il est question de demander 4 $), les ménages qui le souhaiteraient pourraient télécharger un film qui serait mis à leur disposition pendant deux jours, tout comme quand on loue une vidéocassette.

44 *PC Magazine*, 4 septembre 2001, p. 78.

45 Fait intéressant, il semble que la radio soit en train de l'emporter sur la télévision, notamment à cause des nouvelles habitudes d'écoute, comme d'écouter la radio sur Internet. Ainsi, au Royaume-Uni, pour la deuxième fois en un an, les heures journalières d'écoute de la radio ont dépassé les heures d'écoute de la télévision, se chiffrant en moyenne à 3:48 comparativement à 3:46 (*The Independent*, 3 août 2001).

46 Par exemple, les émissions de télévision populaires des années 1960 pouvaient attirer jusqu'à 75 % des téléspectateurs. Cette époque est maintenant révolue. De nos jours, une émission de télévision populaire comme *Survivor* est considérée comme ayant un succès très acceptable quand elle attire 30 % de l'auditoire. Les manifestations sportives comme le Super Bowl ou la Série mondiale atteignent rarement plus de 50 % de l'auditoire. Ces pourcentages vont sans doute baisser à l'avenir au fur et à mesure que l'auditoire continuera à se fragmenter.

47 Les modèles existants de PVR peuvent stocker de 30 à 280 heures de programmes. Par ailleurs, l'on peut maintenant acheter des ordinateurs capables d'enregistrer plus de 300 heures de programmes.

48 La transmission vidéo et audio en continu peut être définie comme un moyen de commencer à lire un message pendant que le reste du message continue à s'enregistrer. La transmission en continu fait appel à la compression qui réduit la place qu'occupent la voix, les images et les données afin qu'elles puissent être transmises en moins de temps. La transmission vidéo et audio en continu est utilisée pour la radiodiffusion vidéo et audio sur Internet.

49 Thomas Sterling, « How to Build a Hyper Computer », *Scientific American*, juillet 2001, p. 89.

50 Il est tout à fait remarquable que l'industrie des jeux sur ordinateur (p. ex., Nintendo Game Cube, Xbox, etc.) dépasse déjà en taille l'industrie du cinéma même si elle a vu le jour il y a à peine 25 ans. J. Patel, de Deutsche Banc, a récemment déclaré : « Selon nous, le secteur du divertissement interactif présente de plus en plus les propriétés des industries traditionnelles du divertissement et des médias, et obtient une part démesurée du marché du divertissement au foyer, tant pour ce qui est des heures que des fonds qu'y consacrent les consommateurs. » – www.gigaweb.com/2002andbeyond.htm.

CONTEXTE

Chapitre 4
Fragmentation de l'auditoire

De l'avis de l'ACR et de ses membres, la *Loi sur la radiodiffusion* de 1991 a bien fonctionné. Elle a réussi à fournir un cadre législatif en vertu duquel le système de radiotélédiffusion canadien a pu s'épanouir et s'adapter pendant les dix dernières années.

Association canadienne des radiodiffuseurs, mémoire.

Nous sommes forcés d'admettre au bout du compte que nous avons échoué. Après un demi-siècle de mesures gouvernementales en faveur de la télévision canadienne et plus encore en ce qui a trait aux films, il m'est pratiquement impossible aujourd'hui de trouver une histoire canadienne sur le petit comme sur le grand écran.

Thor Bishopric, président, Alliance of Canadian Cinema, Television and Radio Artists, réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, 9 mai 2002.

[I]l nous est impossible de forcer les Canadiens à regarder davantage d'émissions canadiennes. Personne ne le peut et personne ne le voudrait.

Robert Rabinovitch, président de la SRC, réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, 14 mars 2002.

Après avoir étudié plusieurs centaines de mémoires et relu les nombreux témoignages qu'il a entendus, le Comité note que les avis sont partagés quant à l'état du système de radiodiffusion canadien. Selon certains, le système de radiodiffusion a connu plusieurs succès, mais il reste des problèmes à régler. D'autres témoins sont pessimistes, voire estiment que nous avons échoué. D'autres ont été plus réalistes et ont rappelé que le succès de la radiodiffusion canadienne repose sur un équilibre entre les objectifs culturels et économiques.

Afin de mettre ces opinions en perspective, ce chapitre présente de l'information sur les différents outils de mesure utilisés dans le cas des auditoires de la radio et de la télévision. Il aborde les concepts d'heure de grande écoute, les types d'émissions et la disponibilité des programmes radiophoniques et télévisuels. Il présente également quelques

renseignements sur la programmation canadienne et les habitudes d'écoute des Canadiens. Il passe en revue certaines innovations technologiques qui ont, au cours des 50 dernières années, façonné le milieu des communications et, par ricochet, les activités récréatives des Canadiens. Finalement, il décrit la façon dont la révolution Internet a précipité les changements substantiels et continus qui ont modifié les comportements et les attentes des consommateurs de médias.

A. Qui est à l'écoute?

L'utilisation que l'on fait du système de radiodiffusion a beaucoup changé depuis 50 ans. Depuis son apparition au début des années 1950, la télévision est rapidement devenue populaire, ce qui s'est répercuté sur l'importance et l'utilisation de la radio. L'arrivée de la câblodistribution dans les années 1970 a entraîné un accroissement considérable du nombre de canaux auxquels les consommateurs avaient accès et a rendu possible la création de chaînes thématiques. Dans les années 1980, les magnétoscopes ont permis d'enregistrer des émissions de télévision et de regarder des films sur cassette. Au cours des années 1990, Internet est devenu un système fonctionnel qui permet d'écouter des fichiers sonores ou de regarder des séquences vidéo en continu ou encore de s'abonner aux « éditions électroniques » de journaux qui sont mises à jour plusieurs fois dans la journée[1]. Plus récemment, grâce à l'arrivée des enregistreurs vidéo personnels, « l'écoute sur rendez-vous » est devenue un jeu d'enfant.

Au tout début de la radio et de la télévision, le terme « émission » désignait un programme donné qui était transmis à un moment donné à un auditoire. Si on ne regardait pas la télé à l'heure dite, l'on ratait l'émission. Les gens qui ont grandi dans les années 1950 et 1960 ont sans doute cette même conception de la radiodiffusion. Cependant, comme le révèlent les innovations technologiques décrites au chapitre 3, l'on est passé d'une industrie qui tente par tous les moyens de joindre le plus grand auditoire possible à une autre qui propose la plus vaste gamme d'émissions qui soit.

Même s'il est très peu probable que quelqu'un décide d'offrir un nombre illimité de services télévisuels dans un avenir rapproché, il convient de s'arrêter à un certain nombre de répercussions importantes liées à la capacité d'offrir une gamme aussi vaste de stations.

- Premièrement, la majorité des foyers au Canada ne dépendent plus des signaux hertziens (c'est-à-dire du spectre électromagnétique) pour capter des émissions.

- Deuxièmement, on ne peut plus se plaindre de l'absence de choix.

- Troisièmement, la fragmentation de l'auditoire se poursuivra à mesure que les distributeurs offriront des services d'abonnement à divers types de programmes sur demande.

Ces changements, qui coïncidaient tous, d'une certaine manière, avec l'étude du Comité, ont des répercussions sérieuses sur la façon dont le gouvernement coordonne ses efforts pour promouvoir la production, la distribution et la diffusion du contenu canadien.

Le reste du présent chapitre porte sur les programmes canadiens, leur disponibilité générale, dans quelle mesure ils sont regardés et les conséquences des tendances actuelles.

Les définitions de l'écoute

Pour mesurer la réussite du système de radiodiffusion canadien, il faut d'abord séparer la radio de la télévision. Il faut aussi séparer les diverses catégories d'émissions, comme les sports, les bulletins d'informations, les émissions pour enfants et les dramatiques[3].

Les statistiques que l'industrie de la radiodiffusion recueille sur les habitudes d'écoute concernent généralement le *taux de pénétration*, le *rayonnement*, la *portée*, la *taille de l'auditoire*, les *cotes d'écoute*, la *part du volume d'écoute* et l'*auditoire moyen par minute*. L'industrie définit ces termes comme suit :

- Taux de pénétration : nombre de foyers ayant la radio ou la télévision.

- Rayonnement : portée d'un média dans une région donnée[4].

- Portée : estimation du nombre de personnes qui écoutent une station de radio ou regardent la télévision pendant au moins un quart d'heure au cours d'une période de référence donnée[4].

- Taille de l'auditoire : nombre d'appareils de télévision ou de radio allumés. Elle se mesure en nombres bruts ou en pourcentage. L'industrie utilise une mesure de l'*auditoire moyen au quart d'heure* établie en faisant la

somme de tous les auditoires relevés, somme que l'on divise ensuite par le nombre de quarts d'heure correspondants[5].

- Cote d'écoute : auditoire moyen par quart d'heure exprimé en pourcentage de la population d'une région géographique définie[6].

- Part du volume d'écoute : pourcentage du nombre total de téléspectateurs qui regardent une chaîne précise ou une émission en particulier[7].

- Auditoire moyen par minute : nombre moyen de personnes qui regardent une émission pendant une minute.

Il existe plusieurs mesures relatives à l'auditoire d'une émission : la *taille de l'auditoire*, la *portée*, la *part du volume d'écoute* et l'*auditoire moyen par minute*. Les sections subséquentes fournissent quelques données sur l'auditoire des télévisions de langue française et anglaise. Avant d'y parvenir, cependant, il importe de signaler que les méthodes utilisées pour mesurer l'auditoire dans le domaine de la radiodiffusion ne sont pas les mêmes que celles qui sont utilisées habituellement pour mesurer le taux de participation à d'autres activités. En effet, comme Nielsen Media Research Canada le fait remarquer :

> [...] le terme « cote d'écoute » n'a pas la même signification que le mot « cote ». la cote d'écoute ne comporte pas d'évaluation qualitative. Nielsen Media Research ne détermine pas dans quelle mesure une émission est appréciée. La cote d'écoute est l'évaluation la plus simple et la plus démocratique d'un auditoire : elle établit le nombre de téléspectateurs à l'écoute. Les émissions qui ont l'auditoire le plus nombreux sont, par définition, celles qui ont du succès. Les cotes que vous pouvez avoir vues sont des évaluations de l'auditoire moyen exprimées en pourcentages de la population à l'écoute d'une émission donnée au cours d'une minute[8].

Une autre différence peut être illustrée par la façon dont on calcule la participation des citoyens à une élection et l'auditoire d'une émission de télévision. Pour calculer la participation à une élection, l'on compare *le nombre de personnes qui ont voté* au *nombre total d'électeurs*. Toutefois, quand il s'agit de mesurer l'auditoire d'une émission de télévision, ce qui compte, c'est le pourcentage non pas de ceux *qui auraient pu regarder la télévision*, mais bien de *ceux qui la regardent* par rapport au *nombre total de personnes qui regardent la télé* au même moment.

Cette façon de mesurer la part d'auditoire est très utile pour les annonceurs, mais elle peut porter à confusion si l'on tente d'évaluer le succès de notre politique de radiodiffusion. Comme l'a écrit récemment l'Association canadienne de production de film et télévision, « étant donné que les méthodes conventionnelles pour mesurer un auditoire servent les intérêts des annonceurs, elles ne sont pas nécessairement une indication de l'auditoire réel des émissions canadiennes[9] ». Voilà pourquoi l'Association canadienne de production de film et télévision estime qu'une nouvelle méthode, fondée sur le nombre total de Canadiens qui ont regardé pendant au moins 30 minutes une émission canadienne pendant une saison entière de télévision, devrait être utilisée pour évaluer « l'impact réel » des émissions canadiennes. La méthode proposée s'appelle « portée saisonnière[10] ». Par exemple, la portée saisonnière pourrait équivaloir à deux ou trois fois l'auditoire traditionnel.

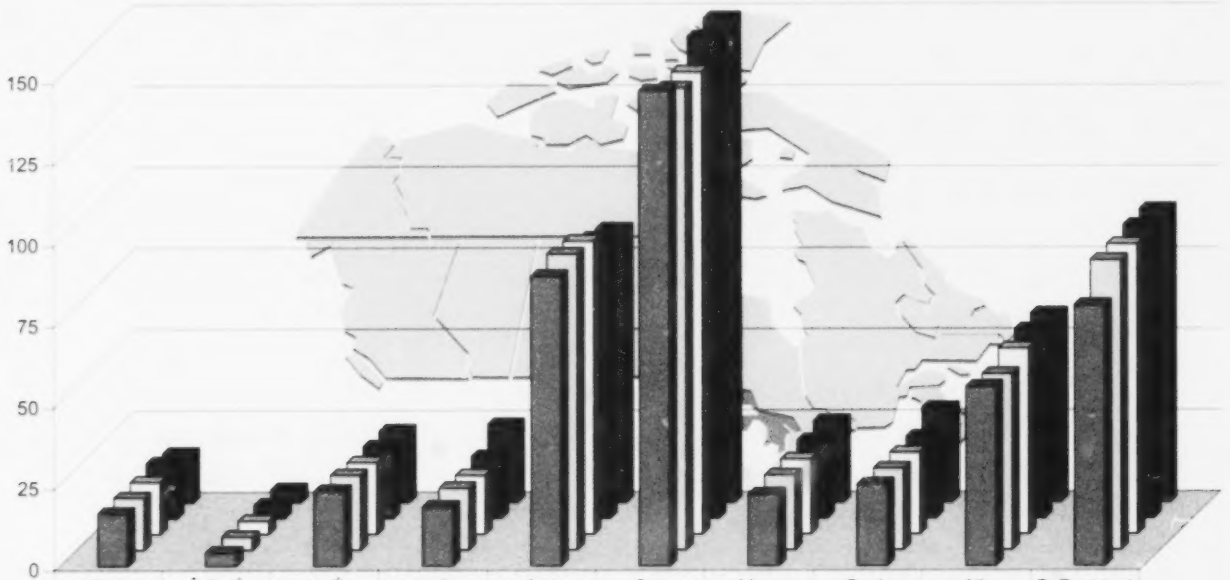
Selon une autre perspective, on pourrait imaginer le calcul de la « portée d'un épisode ». Il s'agirait de recueillir des données sur la diffusion d'un épisode et d'un nombre prédéfini de reprises (sur la même chaîne ou des chaînes différentes). Par exemple, un épisode de *Da Vinci's Inquest* attire en moyenne 700 000 téléspectateurs. Si l'on additionne l'auditoire de deux reprises de cet épisode, on pourrait obtenir plus de 1,5 million de téléspectateurs. Les chapitres 5 et 19 renferment des recommandations au sujet de la nécessité d'améliorer la collecte de données et les méthodes de rapport du système de radiodiffusion canadien.

Il faut également se rappeler que les gens n'écoutent pas la radio et la télévision de la même façon; ils écoutent plus souvent la radio pendant la journée, au travail ou en auto, tandis qu'ils regardent la télévision à la maison. L'auditoire de la télévision est à son maximum entre 16 h et minuit (après l'école ou le travail), une période dont certaines portions sont appelées « les heures de grande écoute ».

La radio

La situation constatée par la Commission Aird dans les années 1920, c'est-à-dire quand les Canadiens s'inquiétaient de l'absence d'émissions de radio canadiennes, n'existe plus. Comme le montre la figure 4.1, on recense 500 stations de radio commerciales[11] qui appartiennent à des Canadiens et qui sont exploitées par eux. Ces stations produisent et diffusent chaque année des milliers d'heures de musique et d'émissions radiophoniques canadiennes[12].

Figure 4.1 Nombre de stations de radio commerciales au Canada, toutes langues confondues, 1997-2001



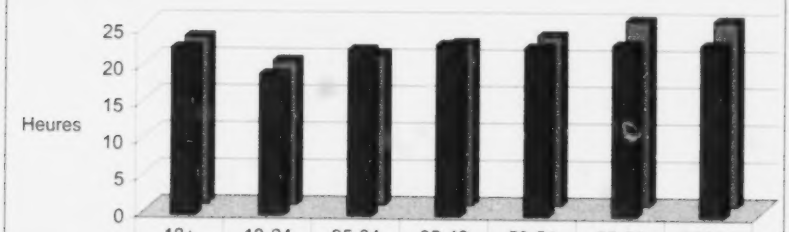
	T.-N.	Î.-P.-É.	N.-É.	N.-B.	Qué.	Ont.	Man.	Sask.	Alb.	C.-B. et terr.
1997	16	4	23	18	89	146	22	25	55	80
1998	16	4	23	19	91	142	23	25	54	89
1999	16	4	22	18	90	142	23	25	57	89
2000	17	4	22	19	86	148	24	25	58	90
2001	15	4	22	24	84	149	25	29	58	90

La plupart des stations de radio sont essentiellement locales, couvrant l'actualité locale, les événements et les entreprises de leur région. Les services nationaux de radio de langue anglaise et française de la Société Radio-Canada font figure d'exception.

Selon Statistique Canada, en 2001, les Canadiens ont écouté en moyenne 21,7 heures de radio par semaine. La figure 4.2 montre les tendances d'écoute de la radio à l'automne 2001, selon l'âge et le sexe.

D'autres statistiques sur les préférences de l'auditoire de la radio canadienne sont présentées au chapitre 8.

Figure 4.2 Profil d'écoute de la radio selon l'âge et le sexe, automne 2001



	18+	18-24	25-34	35-49	50-54	55-64	65+
Hommes	22,6	19,1	22,5	23,2	22,8	23,2	23,2
Femmes	22,6	19,4	20,3	21,9	22,9	25,3	26,4

La télévision

Les services de télévision sont répartis dans différentes catégories selon la méthode employée pour joindre leur auditoire et le type d'émissions qu'ils diffusent. Le rapport se concentre sur deux types de radiodiffuseurs :

- radiodiffuseurs conventionnels : radiodiffuseurs qui joignent leur auditoire par l'entremise des ondes hertziennes ou d'une entreprise de distribution de services de radiodiffusion, par exemple le câble et le satellite;

- télévision payante ou chaînes spécialisées : radiodiffuseurs offrant des services accessibles uniquement par l'entremise d'une entreprise de distribution de services de radiodiffusion.

Les radiodiffuseurs conventionnels proposent habituellement un éventail de programmes (p. ex., nouvelles locales et nationales, dramatiques, jeux-questionnaires, sports), tandis que les chaînes spécialisées se limitent à un thème précis (p. ex., sports, dessins animés, nouvelles). CBC, CTV, Global, TVO/TFO, Citytv, A-Channel, Radio-Canada, TVA, TQS et Télé-Québec sont les radiodiffuseurs conventionnels de langue anglaise ou française les plus connus.

Dans le cas des chaînes spécialisées, on en connaît deux types : la télévision analogique et la télévision numérique. Les services spécialisés analogiques existent depuis 1984. Les chaînes spécialisées et payantes analogiques de langue française ou anglaise sont énumérées dans les figures 4.3 et 4.4.

Figure 4.3	Chaînes spécialisées analogiques canadiennes de langue anglaise	
Date de lancement	Chaîne	Genre
Sept. 1984	MuchMusic	Vidéos musicales, rock, alternatif, rap
	TSN - The Sport Network	Sports
Sept. 1988	YTV	Enfants, adolescents, famille
	Weather/Météomédia *(b)*	Information, météo
	VisionTV	Religieux (sans but lucratif)
Juil. 1989	Newsworld	Nouvelles et info. (sans but lucratif)
Jan. 1995	Showcase	Dramatiques et films
	Bravo!	Arts visuels et de la scène
	Discovery Channel, The	Nature, sciences et technologie
	W (Women's TV Network))	Mode de vie, femmes
	CMT - Country Music TV	Vidéos musicales, country
	Life	Documentaires et information
Aut. 1997	The Score	Sports, faits saillants
	Space	Science-fiction
	Teletoon *(b)*	Dessins animés
	History Television	Information, histoire
	HGTV	Mode de vie, maison et jardins
	Comedy Network, The	Comédie
	Outdoor Life Network	Info, aventures, plein air, loisirs
	Prime TV	Mode de vie, 50 ans et +
	Newsnet	Nouvelles, grands titres
Mars 1998	Pulse 24	Nouvelles et information, Ontario
Aut. 1998	MuchMoreMusic	Vidéos musicales, contemp. pour adultes
	Treehouse	Enfants
	Rogers Sportsnet	Sports
Aut. 1999	CLT - Cdn. Learning TV	Apprentissage, éducation
	Star-TV	Nouvelles du monde du spectacle
Aut. 2000	ROBTV	Nouvelles, affaires
	Food Network Canada	Mode de vie, alimentation
	Talk-TV	Information, tribune

Figure 4.4	Chaines spécialisées analogiques canadiennes de langue française	
Date de lancement	Chaîne	Genre
Sept. 1988	VRAK TV	Enfants, famille
	Musique Plus	Vidéos musicales
	RDS	Sports
	TV5	Programmes canadiens et internationaux (sans but lucratif)
Jan. 1995	Météomédia/Weather *(b)*	Information, météo
Sept. 1997	Canal D	Documentaires, films, séries, arts de la scène
	RDI	Nouvelles et information (sans but lucratif)
	Canal Vie	Mode de vie, santé
Jan. 2000	LCN - Le Canal Nouvelles	Nouvelles et information
	Musimax	Vidéos musicales, tous genres
	Télétoon *(b)*	Dessins animés
	Canal Évasion	Tourisme, aventures, voyages
Aut. 2001	Canal Z	Sciences, technologies, science-fiction
	Historia (Canal Histoire)	Histoire
	Séries+ (Canal Fiction)	Dramatiques canadiennes et internationales
	ARTV (Télé des arts)	Arts

Dans le cas des services payants, la figure 4.5 montre les chaînes de langue anglaise et française auxquelles les Canadiens peuvent s'abonner.

Figure 4.5 Services canadiens de télévision payante

Date de lancement	Chaîne	Langue
1983-84	Super Écran	Français
	MovieCentral	Anglais
	TMN	Anglais
1988	Family Channel, The	Anglais
1992	Viewers Choice (Home Theatre)	Anglais
1995	Viewers Choice	Anglais
1997	MovieMax	Anglais
	Moviepix!	Anglais
	Canal Indigo	Français
	Canal Indigo	Français
	Viewers Choice	Anglais
	Viewers Choice Canada	Anglais
2000	Bell ExpressVu	Bilingue
2001	Bell ExpressVu	Bilingue

Figure 4.6 Services de télévision américains offerts au Canada

CBS - 9 stations indépendantes
FOX - 7 stations indépendantes
NBC - 8 stations indépendantes
PBS - 7 stations indépendantes
8 « superstations »
WUAB-TV, Cleveland (indépendante)
American Movie Classics
ART America
BBC World
Black Entertainment Television (BET)
Cable News Network (CNN)
Cable Satellite Public Affairs Network (C-Span)
CNN Headline News (CNN-2)
Comedy Central
Consumer News and Business Channel (CNBC)
Court TV
Discovery Wings
Eternal Word Television Network
Game Show Network
Lifetime Television
Oxygen Network
Playboy TV
Speed Channel
Arts and Entertainment Network (A&E), The
Filipino Channel, The
Golf Channel, The
Learning Channel, The
National Network (TNN), The
The Silent Network
The Weather Channel (TWC)
Turner Classic Movies
TV Land
WMNB-TV: Russian-American Broadcasting Company

Les Canadiens captent également plusieurs services étrangers, la plupart américains. On retrouve à la figure 4.6 les services américains qui ont obtenu une licence du CRTC pour le marché canadien.

Mis à part les services analogiques, plus de 260 autres chaînes payantes et spécialisées avaient obtenu du CRTC une licence de radiodiffusion numérique au Canada en 2000. Jusqu'à maintenant, près de 60 d'entre elles ont été lancées et sont accessibles aux abonnés par câble ou satellite. Ces services sont énumérés à la figure 4.7.

Finalement, il existe quatre stations de télévisions ethniques et multilingues qui diffusent sur la voie des ondes à partir de Toronto (OMNI 1 et OMNI 2), Montréal (CJNT) et Vancouver (MVBC). Il y a aussi cinq services ethniques spécialisés analogiques (offerts sur demande) : Fairchild TV, Talentvision, SATV, Odyssey et Telelatino. De plus, en 2000, le CRTC a accordé une licence à plus de 50 services numériques ethniques de télévision payante et spécialisée dans une multitude de langues. Jusqu'à présent, seulement huit services spécialisés et deux services payants ont été lancés (voir la figure 4.7).

Types de programmes

Comme on le faisait remarquer plus haut, les radiodiffuseurs conventionnels tendent à s'occuper de programmation générale, alors que les chaînes spécialisées sont, comme leur nom l'indique, spécialisées. Il n'est donc pas surprenant que différentes chaînes attirent différents auditoires. Par conséquent, pour comprendre ce que les gens regardent, il faut examiner de plus près les types d'émissions offertes.

L'intérêt des auditoires a évolué grandement depuis les débuts de la télévision. Cette évolution a modifié les définitions des émissions. Il est donc difficile de comparer la situation qui prévaut en 1993 ou en 2003 avec une autre période, par exemple 1963.

Notons également que les définitions employées pour définir les catégories d'émissions ont été créées par l'autorité réglementaire et le gouvernement à des fins administratives. Ainsi, dans le rapport de 1957 de la Commission royale d'enquête sur la radio et la télévision, on définit neuf catégories de dramatiques : *sérieux, familial, comédie, crime, western, action et science-fiction, romantique, comédie musicale* et *autre*. Lorsque le Comité réalisait son étude de la radiodiffusion, la division de recherche de la SRC employait cinq catégories de dramatiques : *films, action et aventures, comédies*

Figure 4.7 Services de télévision numérique offerts aux canadiens, sept. 2002

Chaîne	Genre
BPM:TV (The Dance Channel)	Danse
Edge TV	Alternatif
MTV2 (Music 5 - Pop)	Pop
MuchLOUD	Rock accentué, alternatif
MuchVibe	Urbain
BBC Canada	Dramatiques britanniques
DejaView (Pop TV)	Classiques du cinéma dramatique
Drive-in Classics	Films de série B
Independent Film Channel, The	Films indépendants
Lonestar (Adventure)	Films d'action/Western
Moviola (Late Night Vidiots)	Courts métrages
Mystery (13th Street)	Mystère
Scream (HorrorVision)	Films d'horreur
Showcase Action (Action Channel)	Films d'action
Showcase Diva (Romance Channel)	Films romantiques
TV Land (Retro)	Classiques du cinéma
ESPN Classics (Classic Sports)	Classiques sportifs
Fox Sports World	Cricket, rugby, soccer
Leafs TV (Maple Leaf Channel)	Hockey des Maple Leaf
NHL Network, The	Hockey
Racing Network Canada, The	Courses de chevaux
Raptors NBA TV (Raptors Basketball Channel)	Basketball des Raptors
WTSN (Women's Sports Network)	Sports féminins
Xtreme Sports	Sports extrêmes
BBC Kids	Enfants et jeunes
Discovery Kids	Enfants et jeunes
High School Television Network (HSTN)	Enfants et jeunes
MTV Canada (Connect)	Adolescents
CTV Travel (Travel TV)	Voyages
Court TV Canada (Law & Order Channel)	Droit et justice
Fashion Television: The Channel	Mode, arts
Men TV (M)	Hommes
PrideVision	Gais et lesbiennes
SexTV: The Channel (Relationship TV)	Sexe et relations
Animal Planet	Animaux
Biography Channel, The	Biographies
Canadian Documentary Channel, The	Documentaires
Discovery Civilization	Peuples et histoire
Discovery Health (Health Network Canada)	Santé
green channel, the	Environnement
National Geographic Channel	Géographie et sciences
One: Canada's Mind, Body and Spirit Channel	Médecines alternatives
Country Canada (Land and Sea)	Info. rurale et divertissement
iChannel (Issues Channel, The)	Affaires publiques
MSNBC Canada	Nouvelles amér. et canadiennes
Book Television: The Channel	Littérature
techtv (ZDTV Canada)	Technologie
All TV (Doragi Television Network)	Coréen
ATN Alpha Punjabi	Panjabi
ATN B4U Hindi Movie Channel	Hindou
ATN Tamil Channel	Tamoul
Festival Portuguese Television	Portugais
Inner Peace Television Network	Religieux/7 lang. /catholique
ITBC Television Canada (NTI Tamil Serv.)	Tamoul
Odyssey II	Grec
S.S.T.V.	50 p. 100 panjabi & 25 p. 100 hindou
Tamil Vision	Tamoul

de situation, émissions de réalité et *autre*. Cette dernière catégorie inclut les miniséries et les feuilletons. La catégorie des dramatiques et des comédies du CRTC, présentée au chapitre 5, inclut sept différents types d'émissions, dont les spectacles de marionnettes.

Par ailleurs, les catégories peuvent ne pas refléter fidèlement ce que les analystes veulent ou recherchent. Il faut donc être très prudent lorsqu'on fait des affirmations quant à ce que les Canadiens regardent au petit écran ou à la santé générale du système de radiodiffusion. Un bon exemple est la décision du CRTC de regrouper les comédies et les dramatiques sous une même catégorie : il est presque impossible de distinguer entre l'auditoire des comédies et celui des dramatiques.

Les heures de grande écoute et la programmation

Depuis le tout début, la plupart de gens regardent la télévision en soirée. Ces « heures de grande écoute », comme on les surnomme, ont été définies de bien des façons depuis 50 ans. Par exemple, le Bureau des gouverneurs de la radiodiffusion — et plus tard le CRTC — exigeait que les stations de télévision canadiennes diffusent des émissions canadiennes pendant 55 % des heures de la journée et pendant 40 % en soirée, de 18h à minuit. De nos jours, les règlements du CRTC mettent l'accent sur la période allant de 19 h à 23 h, car c'est à ce moment-là que l'auditoire est le plus considérable.

La période de 19 h à 23 h est importante, mais il est utile de noter que l'auditoire peut être grand en dehors des heures de grande écoute. Les figures 4.8 et 4.9 montrent combien l'auditoire de la télévision peut varier au cours de la période de diffusion de 24 heures sur laquelle s'appuie Nielsen Media Research.

Ces figures montrent que de nombreux Canadiens regardent la télévision pendant la journée. Peu importe le jour, il y au moins 2 millions d'anglophones et plus de 500 000 francophones qui regardent la télé entre 10 h et minuit. S'il est vrai que le plus grand nombre de téléspectateurs regardent la télévision entre 19 h et 23 h, on constate également que plus de 50 % des téléspectateurs anglophones et francophones regardent le petit écran à d'autres moments de la journée.

Le nombre d'heures de télévision que regardent les Canadiens varie également selon le jour de la semaine. Ainsi, d'après des données du

Figure 4.8 Courbe d'écoute de la télévision de langue anglaise selon le pays d'origine des émissions, toutes les personnes, 2 ans et plus, de septembre 2000 à août 2001

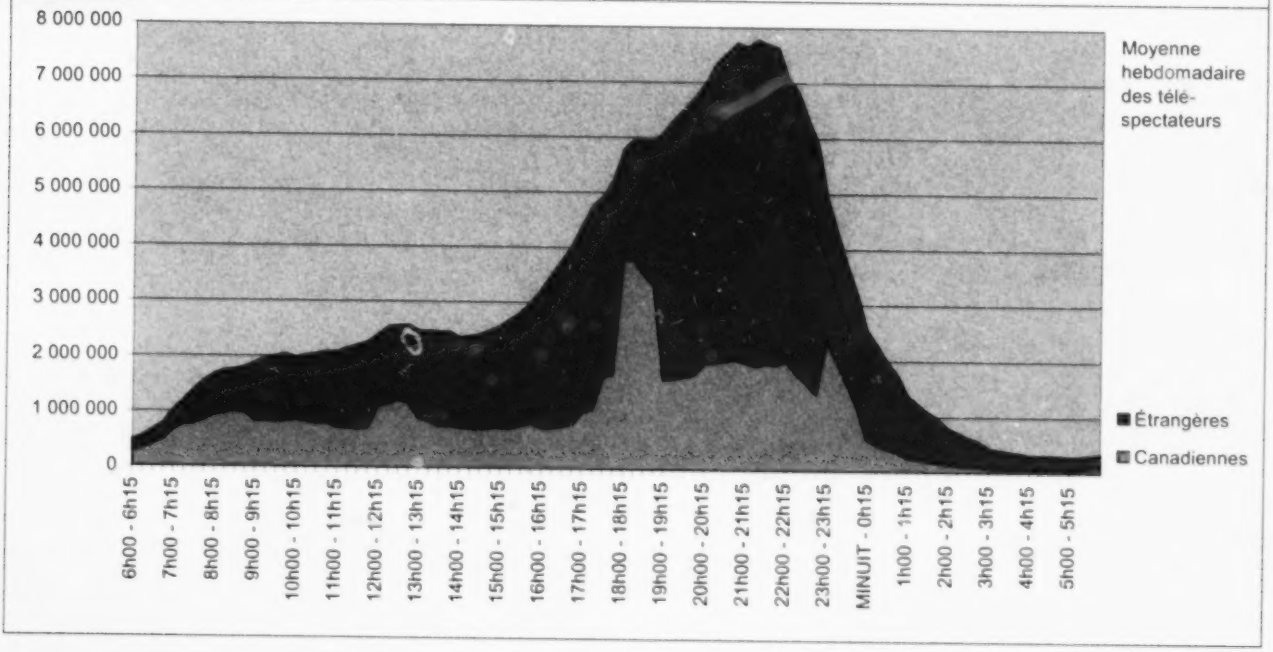
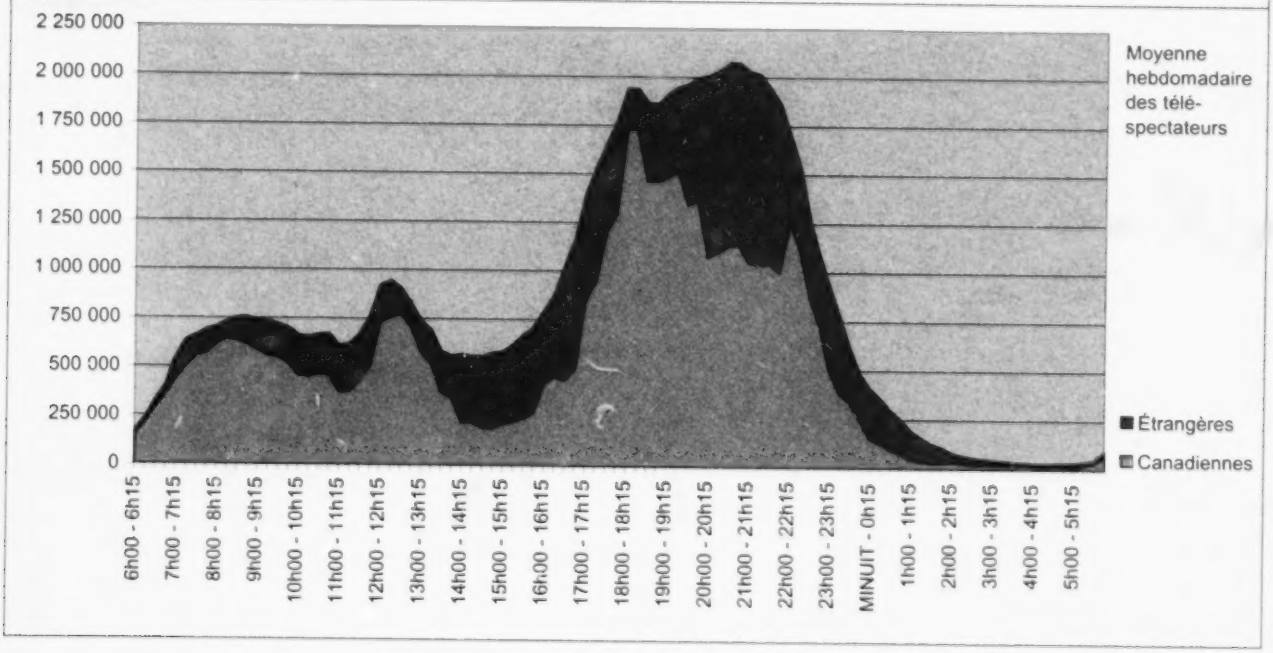


Figure 4.9 Courbe d'écoute de la télévision de langue française selon le pays d'origine des émissions, toutes les personnes, 2 ans et plus, de septembre 2000 à août 2001



CRTC, les lundis, jeudis et dimanches sont les jours les plus populaires, mais l'écoute est à son maximum les jeudis. Les habitudes des téléspectateurs varient aussi selon la saison : ils sont plus nombreux à écouter la télé en automne et en hiver, qu'au printemps et à l'été. Les principaux jours fériés influent également sur les cotes d'écoute.

Un autre facteur vient compliquer ce que nous savons sur ce que les gens regardent et quand ils écoutent la télé : la définition changeante de ce qu'est le contenu canadien. Ce sujet est abordé plus en détail au chapitre 5 et d'autres renseignements se trouvent à l'annexe 8.

Étant donné qu'un grand nombre de personnes regardent la télévision pendant les « heures de grande écoute », les réseaux y diffusent les émissions qui, ils l'espèrent, deviendront populaires. Certaines émissions sont plus populaires que d'autres, c'est pourquoi les réseaux modifient constamment leur grille horaire pour tenir compte de ce que font les autres réseaux. Si une émission est extrêmement populaire et attire un grand nombre de téléspectateurs, les autres réseaux peuvent hésiter à y opposer une de leurs émissions.

Plusieurs raisons expliquent cette réaction. Tout d'abord, il faut prévoir quelque temps avant qu'une émission ait un auditoire fidèle; cela sera encore plus difficile si elle joue en même temps qu'une émission très populaire. Deuxièmement, il est coûteux de produire une série télévisée et on risque gros si on diffuse une émission ayant un bon potentiel dans une mauvaise case horaire ou en même temps qu'une autre déjà très populaire. Troisièmement, la substitution de signaux identiques (ce concept est expliqué au chapitre 8), en raison des recettes qu'elle génère pour les radiodiffuseurs canadiens, peut aussi influer sur les décisions relatives à la grille horaire.

Les décisions concernant la grille horaire sont difficiles à prendre. Étant donné la concurrence féroce, il est facile de comprendre pourquoi les réseaux canadiens de langue anglaise préfèrent avoir plusieurs options (p. ex., un film de la semaine, une minisérie ou une série) à leur disposition pour faire face à leurs concurrents.

Il existe diverses stratégies pour contrer les concurrents. Une émission diffusée le jeudi soir peut être déplacée dans une autre case horaire parce que la concurrence y est moindre ou que le réseau a obtenu les droits d'une émission étrangère qui doit être diffusée à la même heure. Les changements d'horaire fréquents font en sorte qu'il est difficile de fidéliser

l'auditoire. Les émissions sportives, d'affaires publiques et de nouvelles, et les émissions pour enfants ne subissent pas ces pressions, qui sont pourtant la réalité quotidienne des dramatiques canadiennes de langue anglaise.

Mesurer l'auditoire

On emploie deux techniques pour mesurer la taille d'un auditoire et ce que les gens regardent à la télévision. La première est un journal que remplit une personne qui a accepté de participer à une étude de longue durée sur ses habitudes d'écoute. L'autre consiste à installer un audimètre, qui note quand le téléviseur est allumé, quelle émission y joue et qui la regarde.

La technique du journal dépend de la volonté des participants de noter quand ils regardent la télé et ce qu'ils regardent. Le journal est souvent rempli à la fin de la soirée, le jour après, voire à la fin de la semaine. Il repose sur une journée de diffusion de 20 heures (de 6 h à 2 h). La technique du journal sous-estime probablement l'utilisation de la télévision. Ainsi, elle sous-estime très souvent les services spécialisés, que les téléspectateurs regardent quelques minutes, le temps de se renseigner sur un sujet d'intérêt, par exemple la météo ou les grands titres. Les statistiques tirées des journaux indiquent que les gens regardent la télévision de 22 à 24 heures par semaine.

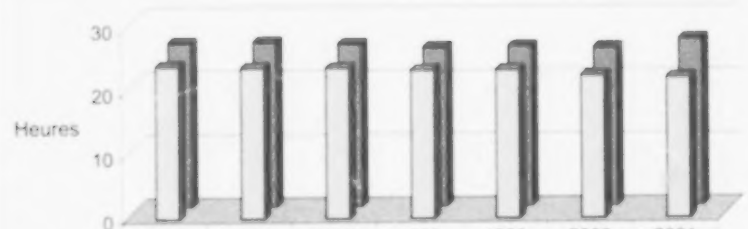
Pour sa part, l'audimètre note toutes les émissions qu'une personne regarde dès que l'appareil est allumé et ce, 24 heures sur 24. Il note également chaque fois que la personne change de chaîne. Par conséquent, certains analystes considèrent que l'audimètre renseigne davantage sur ce que les gens regardent à la télévision. Les statistiques tirées des audimètres suggèrent que les Canadiens regardent en moyenne de 24 à 26 heures de télévision par semaine.

L'estimation de l'audimètre est plus élevée que celle du journal, car il enregistre les émissions que l'utilisateur du journal peut oublier lorsqu'il tente de se souvenir de ce qu'il a regardé, plusieurs heures ou jours plus tard. Deuxièmement, l'audimètre surestime probablement le nombre d'heures d'écoute, étant donné que certaines personnes allument leur appareil, mais n'écoutent pas nécessairement la télévision[11].

Pour toutes ces raisons, il est probable que le nombre d'heures que les Canadiens passent devant leur petit écran est plus élevé que ne le dit la technique du journal, mais moins important que le total calculé

par l'audimètre. Au Canada, les sondages BBM reposent sur la technique du journal, tandis que Nielsen Media Research se fie à l'audimètre. La figure 4.10 montre les données de BBM et de Nielsen sur la télévision, entre 1995 et 2001.

Figure 4.10 Moyenne hebdomadaire des heures d'écoute, toutes les personnes, 2 ans et plus, 1995-2001



	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001
BBM	24	23,7	23,7	23,3	23,3	22,4	22,1
Nielsen	25,7	25,8	25,5	24,9	25	24,8	26,1

Dans les deux cas, on a besoin de foyers représentatifs qui acceptent de se prêter à l'expérience. Les déclarations concernant les parts d'écoute exigent que l'on additionne les résultats des participants (méthode du journal et méthode de l'audimètre) pour saisir ce qui se passe dans l'ensemble du pays. Cependant, les parts d'écoute ne révèlent pas tout. Certains groupes, par exemple les francophones hors Québec, les gens du Nord et les Autochtones, sont généralement exclus des populations témoins pour les études sur l'écoute de la télévision et de la radio. Cela signifie qu'on en sait très peu sur leurs habitudes d'écoute. En outre, il faut tenir compte du grand nombre de chaînes que les téléspectateurs peuvent regarder et de la période de l'année où ils écoutent la télévision.

Ces problèmes sont traités de différentes façons. Les chercheurs de la CBC, par exemple, utilisent un échantillon de six semaines (42 jours : 6 lundis, 6 mardis, et ainsi de suite) pour se faire une idée de l'année. Radio-Canada se fie aux données de BBM et le CRTC utilise quant à lui une combinaison des deux systèmes. D'autres chercheurs (p. ex., ceux de Statistique Canada) utilisent un résumé des résultats de la saison automnale de la technique du journal pour tirer des conclusions sur toute l'année de radiodiffusion.

Toutes ces techniques ont leurs avantages et leurs inconvénients. Elles sont employées par différentes organisations à des fins diverses, leurs résultats sont difficiles à comparer. Les « grands sondages » (*sweeps week*) sont le temps de l'année où les réseaux américains de télévision tentent d'obtenir de grosses parts d'écoute en diffusant leurs meilleures émissions ou une série d'émissions spéciales pour attirer un large auditoire. Ils espèrent ainsi convaincre les annonceurs qu'ils ont un large auditoire du type de personnes que les annonceurs veulent joindre. Étant donné que les tarifs des annonceurs sont plus élevés pour les émissions qui ont de grosses parts d'écoute, les « grands sondages » sont un élément important de la stratégie de marketing d'un réseau de télévision, mais un problème pour un radiodiffuseur canadien qui tente de maximiser l'auditoire de ses émissions canadiennes. C'est pourquoi les radiodiffuseurs canadiens de langue anglaise évitent de diffuser de nouvelles émissions canadiennes pendant les « grands sondages ». On peut donc affirmer que, bien que les « grands sondages » soient nécessaires d'un point de vue économique, il faut se rappeler qu'ils ne reflètent pas la popularité générale des émissions canadiennes des réseaux de langue anglaise au Canada.

Lorsque combinés, on peut comprendre pourquoi ces divers facteurs ont nuit aux efforts du Comité pour évaluer l'état du système de radiodiffusion canadien. En effet, chaque groupe qui a comparu devant le Comité a utilisé les statistiques disponibles pour appuyer ses arguments. Cela signifie que le Comité a dû faire des efforts considérables pour déterminer la validité des affirmations des témoins.

Il faut signaler, cependant, que les progrès technologiques devraient faciliter grandement les techniques de mesure. BBM, par exemple, a récemment adopté l'audimètre portable. De la taille d'un téléavertisseur, cet audimètre est porté par des téléspectateurs qui forment un panel représentatif et « il détecte automatiquement des codes inaudibles que les radiodiffuseurs intègrent dans la portion audio de leurs émissions[11] ». Ce type d'audimétrie fait son entrée dans les marchés partout au Canada et il remplacera graduellement les systèmes de mesure actuels. Étant donné que l'appareil est portable et exige moins d'attention que la technique du journal, on s'attend qu'il fournisse des données exactes sur l'utilisation de tous les médias électroniques par les Canadiens, notamment la radio et la télévision, peu importe où ils se trouvent.

Bref, selon la méthode de calcul employée, on estime que les Canadiens sont rivés à leur petit écran de 22 à 26 heures par semaine, une moyenne qui se maintient depuis environ 35 ans[15]. Comme la très grande majorité des ménages canadiens ont un téléviseur, l'auditoire potentiel de la télévision à n'importe quel moment pendant une période de 24 heures est d'environ 31 millions de personnes réparties entre quelque 12,3 millions de ménages[16]. Cependant, le nombre de foyers où le téléviseur est allumé pendant les heures de grande écoute (c.-à-d. entre 19 h et 23 h environ) se situe à quelque huit millions (soit environ 65 %), et environ deux millions de personnes regardent alors des émissions canadiennes (soit environ 15 %)[17].

Les prochaines sections décrivent les types d'émissions disponibles ainsi que les parts d'écoute de chacun. Elles expliquent ensuite les changements d'auditoire des dramatiques canadiennes de langue française et anglaise.

Services disponibles

Au cours des dernières années, on a constaté une augmentation substantielle du nombre de services disponibles. Au milieu des années 1950, peu de ménages avaient accès à plus de trois ou quatre chaînes. Ce chiffre a crû progressivement au cours des années 1960 et 1970. Au milieu des années 1980, il a fait un bond. De nos jours, certains distributeurs canadiens proposent plus de 375 chaînes.

Cette percée est incroyable. Comme M. Michael Helm (directeur général, Direction générale de la politique des télécommunications, Industrie Canada) l'a dit au Comité :

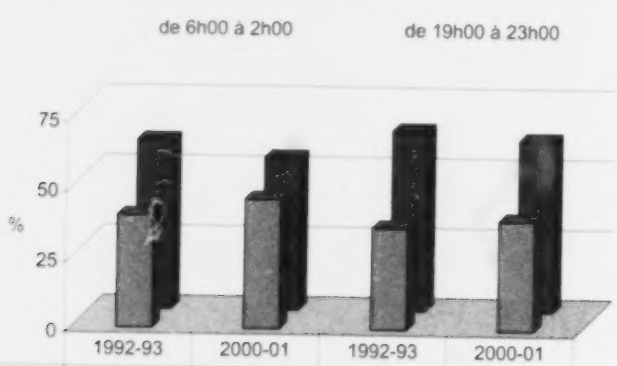
> Comme je l'ai signalé un peu plus tôt, il y a plusieurs années, je travaillais pour le gouvernement dans le secteur de la radiodiffusion. Cette chose [disponibilité des chaînes et choix] nous préoccupait. Très souvent nous recevions des appels et entendions des plaintes de gens vivant dans des régions éloignées du pays tout entier. Les gens qui vivaient à Toronto, à Ottawa, à Montréal et à Vancouver avaient accès à un choix extraordinaire de canaux de télévision; pourquoi le gouvernement ne pouvait-il pas faire plus pour assurer que les gens vivant dans les régions éloignées aient un accès semblable? Ces plaintes ont été exprimées pendant des années —

> je suis convaincu que vous pouvez vous en rappeler — et c'était là des préoccupations légitimes.
>
> Je n'ai pas entendu de plaintes du genre depuis quatre ou cinq ans — aucune plainte — parce que grâce à la technologie des satellites le problème a été réglé. Vous pouvez aujourd'hui vivre dans la ferme la plus éloignée de la région la plus éloignée du pays, et quand même avoir accès à des services de télévision et de radio pour à peu près le même prix — un prix comparable — que paie celui qui vit au centre-ville de la plus grosse ville du pays[11].

Le fait que ces services sont offerts presque partout ne signifie pas pour autant que tous les foyers — qu'ils soient en région urbaine ou rurale — peuvent se permettre le même niveau de service.

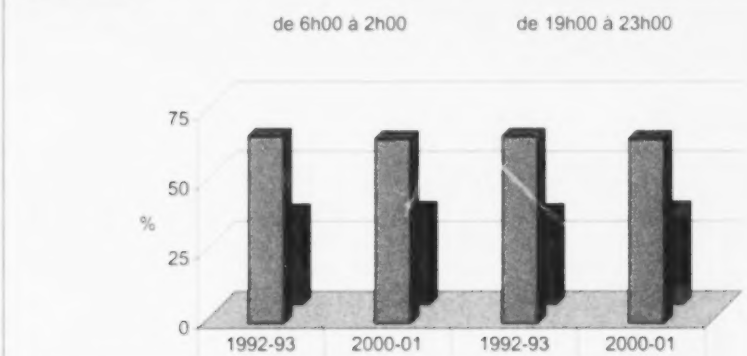
Le nombre de services de télévision a augmenté au cours des 10 dernières années, tout comme le nombre d'heures de contenu canadien. En outre, l'écart entre le nombre d'heures d'émissions canadiennes et d'émissions étrangères pendant la même période a diminué dans le cas de la télévision de langue anglaise, mais il est resté stable dans le cas de la télévision de langue française. Les figures 4.11 et 4.12 présentent les données de 1992-1993 et de 2000-2001.

Figure 4.11 Ratio des émissions canadiennes et étrangères offertes à la télévision de langue anglaise, 1992-93 / 2000-01



	de 6h00 à 2h00		de 19h00 à 23h00	
	1992-93	2000-01	1992-93	2000-01
Canadiennes	40	46	36	39
Étrangères	60	54	64	61

Figure 4.12 Ratio des émissions canadiennes et étrangères offertes à la télévision de langue française, 1992-93 / 2000-01



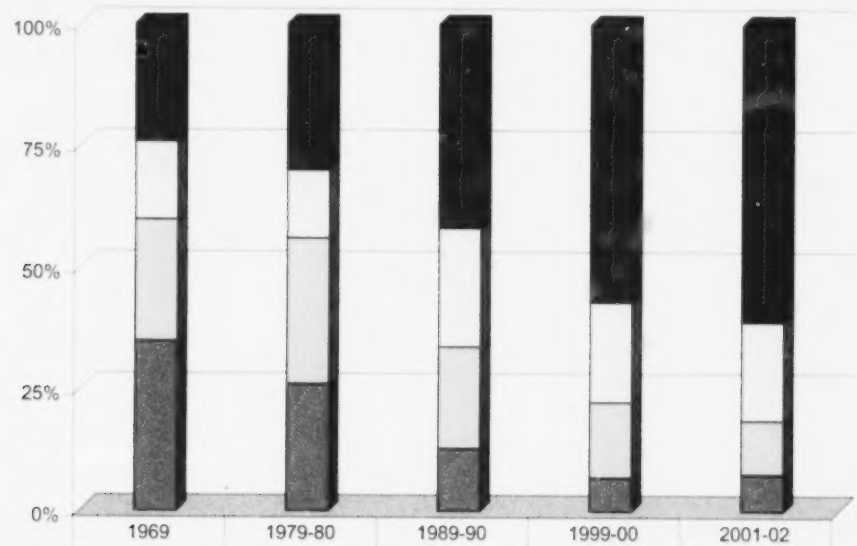
	1992-93	2000-01	1992-93	2000-01
Canadiennes	67	66	67	66
Étrangères	33	34	33	34

Ces données révèlent que de 1992-1993 à 2000-2001, le nombre d'heures d'émissions canadiennes diffusées pendant la journée a atteint 46 % de toutes les émissions de langue anglaise, et il est demeuré stable, à environ 67 %, du côté des émissions de langue française.

Parts d'écoute

Au tout début de la télévision, les parts d'écoute excédaient fréquemment 40 % ou 50 %. Les figures 4.13 et 4.14 montrent combien l'auditoire s'est fragmenté depuis 30 ans. En 1969, par exemple, la CBC (y compris les stations affiliées, lorsqu'elles diffusent les émissions de la CBC) obtenait 35 % de l'auditoire; CTV, 25 %. La même année, Radio-Canada avait en moyenne 40 % des téléspectateurs francophones et TVA, près de 50 %. En 2001-2002, la CBC n'attirait plus que 7,6 % des téléspectateurs anglophones et CTV, 11 %. Pour sa part, Radio-Canada obtenait 17,6 % de l'auditoire francophone, contre environ un tiers pour TVA.

Figure 4.13 Parts d'écoute quotidiennes des stations de télévision anglophones, toutes les personnes, 2 ans et plus, années sélectionnées de 1969 à 2001-02

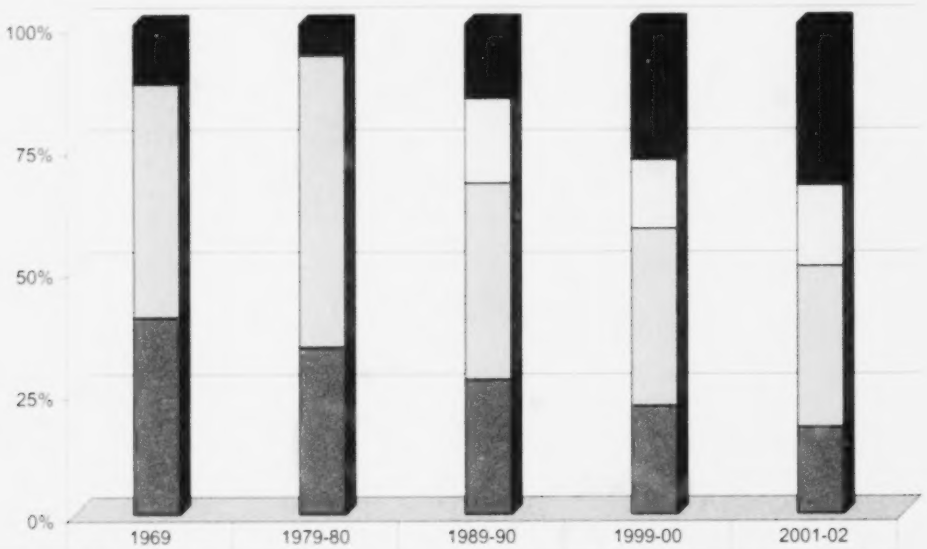


	1969	1979-80	1989-90	1999-00	2001-02
■ Réseaux américains conventionnels	24,2	30	29,3	18,3	14,2
■ Payants et spécialisés	0	0	12,6	39,7	46,9
□ Autres réseaux canadiens non payants	16,1	14	24,4	20,9	20,3
□ CTV	25	30	20,9	15,7	11
■ CBC (et ses stations affiliées)	34,9	26	12,8	7	7,6

De son côté, l'auditoire des services payants et spécialisés a fait un bond spectaculaire ces dernières années. Par exemple, de 1989-1990 à 2001-2002, la part d'écoute des services payants et spécialisés de langue anglaise est passé de 12,6 % à 46,9 %, tandis que du côté français, elle est passé de 9,4 % à 29,2 %.

La figure 4.15 illustre les parts d'écoute précises à l'automne 1993 et à l'automne 2001. On constate que les services canadiens dominent le marché de la télévision au Canada, avec 66 % des parts d'écoute au Canada (à l'exception du Québec) et 90 % au Québec.

Figure 4.14 Parts d'écoute quotidiennes des stations de télévision francophones, toutes les personnes, 2 ans et plus, années sélectionnées de 1969 à 2001-02

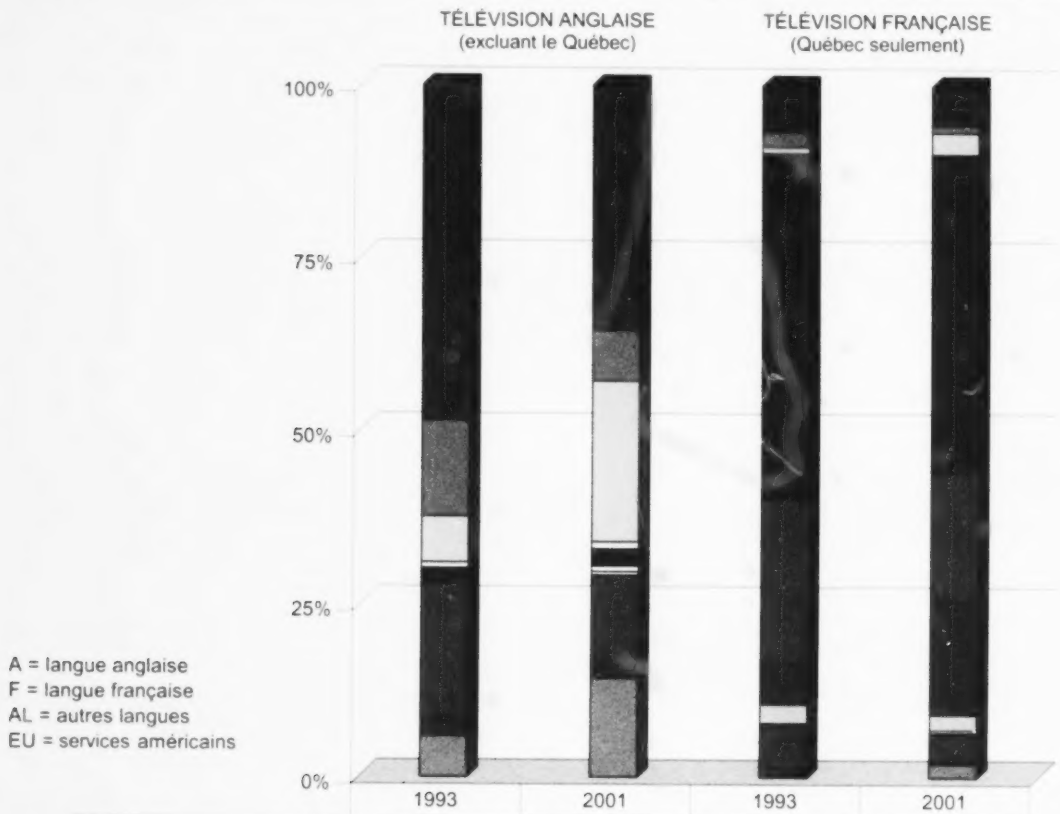


	1969	1979-80	1989-90	1999-00	2001-02
Autres	12,1	6,3	5,7	3,9	3,8
Payants et spécialisés	0	0	9,4	23,8	29,2
TQS	0	0	17,3	14,1	16,5
TVA	47,7	59,6	40,1	36,2	32,9
Radio-Canada	40,2	34,1	27,4	22	17,6

Pour avoir une autre perspective intéressante des parts d'écoute, il suffit de les regrouper selon le groupe propriétaire. Comme l'ont fait remarquer plusieurs témoins, la radiodiffusion canadienne a été marquée, au cours des dernières années, par les efforts des radiodiffuseurs conventionnels de rassembler les fragments d'auditoire en achetant des services payants et spécialisés. Ainsi, même si les téléspectateurs ne regardent pas tous la même émission, ils regardent au moins des chaînes exploitées par un même groupe.

Pour la SRC, cette situation a été particulièrement difficile. Plusieurs groupes privés ont obtenu récemment des licences pour des services de télévision payante ou spécialisée, mais le CRTC a toujours refusé de nouvelles licences à la SRC, à l'exception de deux chaînes de nouvelles (Newsworld et RDI) et de quelques services numériques récents (Country Canada, Documentary Channel, ARTV). Une recommandation au sujet des futures demandes de licences de la SRC se trouve au chapitre 19.

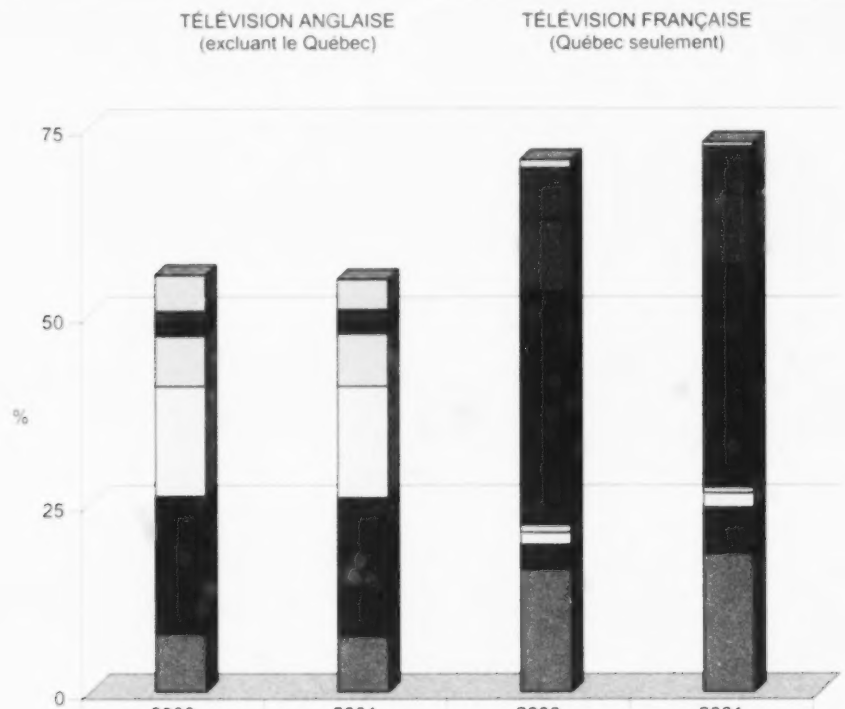
Figure 4.15 Parts d'écoute des services de télévision canadiens et étrangers, 1993 / 2001



	TÉLÉVISION ANGLAISE (excluant le Québec)		TÉLÉVISION FRANÇAISE (Québec seulement)	
	1993	2001	1993	2001
A : Privés conventionnels	45,3	33,3	6,4	5,3
A : CBC	12,9	6,9	2,1	1,1
A : Payants et spécialisés	6,2	21,8	0,9	3,1
A : TVO	0,8	1	0	0
A : Autres	0,6	1,1	0,3	0,4
F : Privés conventionnels	0,6	0,5	47,6	44
F : SRC	0,6	0,5	22,8	17,8
F : Payants et spécialisés	0,1	0,2	5,6	15,7
F : Télé-Québec	0	0	2,6	2,2
AL : Privés conventionnels	0	0,7	0	0,3
AL : Payants et spécialisés	0,1	0,5	0	0,2
AL : Américains	17,8	12,2	6,2	3,7
EU : Conventionnels	2,8	1,8	1,1	0,5
EU : PBS	5,5	13,4	0,2	1,9

La figure 4.16 montre les plus récentes parts d'écoute combinées pour les grands groupes de médias du Canada. Comme on peut le voir, à l'automne 2000 et 2001, CTV/Bell Globemedia, Global TV et CHUM ltée détenaient respectivement 18 %, 15 % et 7 % des parts d'écoute combinées (à l'extérieur du Québec). La CBC avait quant à elle 7,3 % des parts à l'automne 2001. Au Québec, le groupe dominant en 2001 était

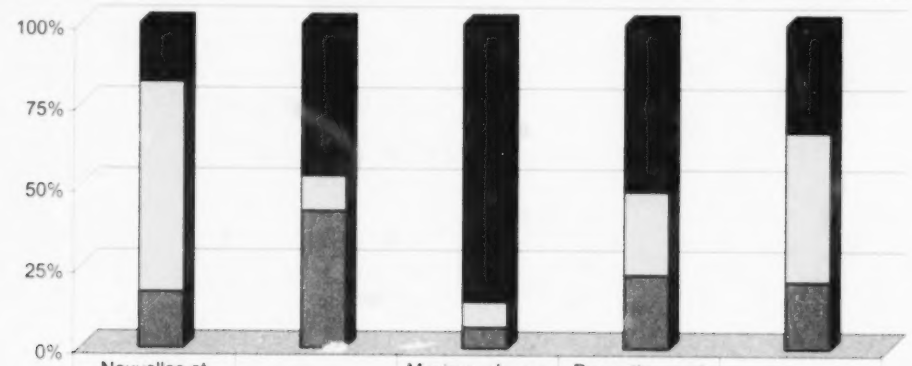
Figure 4.16 Parts d'écoute des services de télévision selon les groupes propriétaires, 2000 / 2001



	TÉLÉVISION ANGLAISE (excluant le Québec)		TÉLÉVISION FRANÇAISE (Québec seulement)	
	2000	2001	2000	2001
Corus Entertainment Inc.	4,8	4	1,1	0,6
Astral Media Inc.	1,7	1,9	6,9	6,3
TQS Inc.	0,1	0,1	9,5	9,3
Quebecor Media Inc.	0,1	0	31	29,6
Craig Broadcasting	1,4	1,2	0	0
CHUM Limited	6,7	7	1	0,8
Global Television Network Inc.	14,6	14,8	1,6	1,9
CTV / Bell Globemedia Inc.	18,2	18,4	3,3	6,1
CBC / Radio Canada	7,7	7,3	16,2	18,3

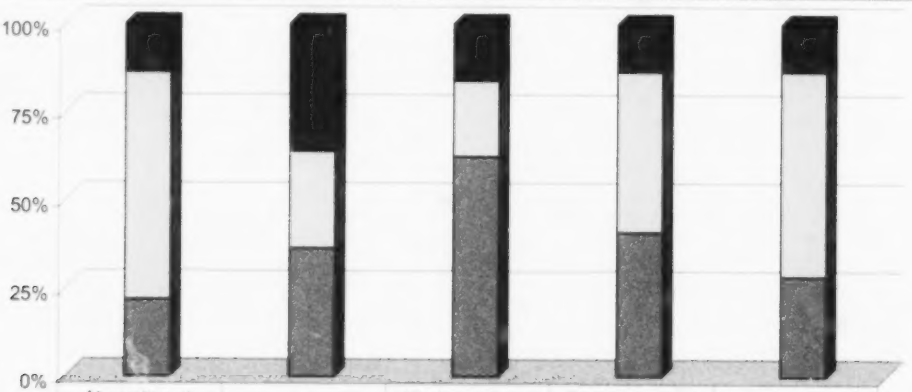
Québécor, avec 30 % des parts d'écoute; Radio-Canada arrivait au second rang, avec 18,3 %.

Figure 4.17 Répartition de l'écoute de la programmation canadienne de langue anglaise selon le genre des émissions et le radiodiffuseur, 2001



	Nouvelles et informations	Sports	Musique, dance, variétés	Dramatiques et comédies	Ensemble
■ Payants et spécialisés	18	46,9	85,8	51,7	33,2
□ Privés conventionnels	64,8	10,8	7,8	25,6	46,1
■ CBC	17,2	42,2	6,4	22,8	20,7

Figure 4.18 Répartition de l'écoute de la programmation canadienne de langue française selon le genre des émissions et le radiodiffuseur, 2001



	Nouvelles et informations	Sports	Musique, dance, variétés	Dramatiques et comédies	Ensemble
■ Payants et spécialisés	13,7	35,5	16,1	13,4	13,4
□ Privés conventionnels	64,4	26,9	21,4	45,6	58,1
■ Radio Canada	21,8	35,8	62,5	41	28,6

Les comiques de la télévision canadienne de langue anglaise

L'« intervention » la plus inhabituelle de l'histoire de la télévision canadienne est survenue en 1981, lorsque la haute direction de la CBC a demandé aux comédiens de SCTV d'insérer plus de « contenu canadien » dans leur émission.

Étant donné que l'émission était écrite, produite et interprétée par des Canadiens, cette requête a été très mal accueillie : « Que voulez-vous qu'on fasse?, ont demandé Rick Moranis et Dave Thomas. Déplier une carte du Canada et s'asseoir avec nos tuques et nos manteaux? » On leur a répondu : « Pourquoi pas? ».

C'est ainsi que sont né « Canadian Corner » et les personnages très populaires de Bob et Doug MacKenzie, qui, en plus de devenir des stars internationales, ont aidé davantage les Canadiens anglais à se reconnaître, eux et leurs petites manies, que les dramatiques du temps. Il est vrai que leurs « conseils d'idiots », par exemple comment glisser une souris dans une bouteille de bière, ne plaisaient peut-être pas à tout le monde, mais les téléspectateurs se sont reconnus rapidement dans ces personnages et les sujets hebdomadaires de *Great White North*.

SCTV est l'un des nombreux exemples de réussite de l'histoire des comédies canadiennes. *Wayne and Shuster* ont été les pionniers, avec des sketches qui allaient de la bouffonnerie aux parodies « cérébrales » alliant Shakespeare et les genres télévisuels populaires. « Apportez-moi un martinus! », ordonne le détective dans une parodie de Jules César. « Vous voulez dire un martini? », demande le barman. « Si j'en veux deux, j'en demanderai deux », lui répond le détective.

Les émissions provenant de Terre-Neuve, tout d'abord *CODCO* puis *This Hour Has 22 Minutes* et *Made in Canada*, tirent leur inspiration pour leurs sketches satiriques de la politique. Les Canadiens applaudissent le personnage interprété par Mary Walsh, Marg Delahunty, qui, dans son costume de princesse guerrière, coince de vrais politiciens dans leurs bureaux d'Ottawa.

Ils applaudissent également le « Chicken Cannon » (littéralement le « canon à poulet ») lorsqu'il tire sur le visage de leurs cibles préférées à l'émission *Royal Canadian Air Farce*. Mais le plaisir que suscite la vision de ces visages dégoulinants n'a d'égal que celui que procure le fait de se reconnaître dans les personnages de la beignerie d'Air Farce, qui ponctuent immanquablement leurs observations avec « You got that right. You betcha. Tell me about it! Oh yeah, oh yeah, oh yeah ». (T'as ben raison. C'est sûr. Tu m'en diras tant. Ben sûr, ben sûr, ben sûr.)

Les comédies canadiennes font partie de nos meilleures exportations. Wayne and Shuster ont été 67 fois au *Ed Sullivan Show*. *SCTV* est encore souscrit par bien des

Pour mieux comprendre les habitudes d'écoute, il faut examiner les types d'émissions que regardent les Canadiens. La figure 4.17 permet de saisir ce que regardent les Canadiens anglophones pendant une semaine typique.

Comme on peut le voir, en 2001, les radiodiffuseurs privés canadiens de langue anglaise ont attiré (entre 6 h et 2 h) près de 65 % des téléspectateurs des émissions d'informations et environ 26 % des téléspectateurs des dramatiques et des comédies canadiennes. Par contre, pendant la même période, la CBC a attiré 42,2 % des téléspectateurs des émissions sportives canadiennes, contre seulement 10,8 % pour les radiodiffuseurs privés conventionnels. Dans l'ensemble, en 2001, 46,1 % des téléspectateurs canadiens ont regardé des émissions sur les réseaux privés conventionnels, environ un tiers, celles des services payants et spécialisés, et 20,7 %, les émissions de la CBC.

La figure 4.18 fournit les mêmes renseignements, cette fois-ci pour la télévision de langue française en 2001. Les auditoires de langue française ont des habitudes d'écoute différentes en ce qui a trait aux émissions canadiennes.

Dans l'ensemble, 28,6 % des téléspectateurs francophones qui ont écouté des émissions canadiennes entre 6 h et 2 h en 2001 regardaient Radio-Canada, 58,1 % les réseaux conventionnels privés, et 13,4 %, la télévision payante ou spécialisée. Sur le plan des dramatiques et des comédies, Radio-Canada s'en tirait bien, obtenant 41 % des téléspectateurs, contre 45,6 % pour les réseaux privés. Dans le cas des sports, l'écart du côté francophone était moins grand que du côté anglophone : Radio-Canada demeurait le radiodiffuseur de sports le plus populaire au Canada, avec 35,8 % des téléspectateurs francophones. Quant aux nouvelles, 64,4 % des téléspectateurs préféraient les radiodiffuseurs conventionnels privés, contre seulement 21,8 % Radio-Canada.

Qu'est-ce que les téléspectateurs regardent?

Le menu habituel des téléspectateurs se compose des informations, des sports et des dramatiques, mais il importe de souligner que leurs habitudes d'écoute varient considérablement. Certaines personnes ne regardent que les sports et les informations, tandis que d'autres s'intéressent au jardinage et à la météo. Le Comité a appris que la plupart des gens se contentent de 6 ou 7 stations de télévision, même s'ils ont accès à des dizaines, voire à plus de 300 stations. Le radiodiffuseur d'aujourd'hui est confronté au fait que bien peu de gens regardent les mêmes six ou sept stations.

Les préférences changent au fil du temps. Les comédies comme *Wayne and Shuster* dans les années 1950, 1960 et 1970 étaient très populaires et ont inspiré d'autres émissions comme *Second City Television*, *The Royal Canadian Air Farce*, *The Kids in the Hall* et *This Hour has 22 minutes*.

Parmi les dramatiques populaires, on recense *The Beachcombers* et d'autres dérivées du livre *Anne of Green Gables* de Lucy Maud Montgomery. Plus récemment, les succès ont été *Random Passage*, *Trudeau* et la série d'histoire canadienne de la SRC, qui a remporté un franc succès tant en anglais qu'en français. La figure 4.19 dresse la liste des 40 séries télévisées et émissions spéciales de langue anglaise les plus populaires des trois réseaux

chaînes, tout comme *Kids in the Hall*. *The Red Green Show*, avec Steve Smith, est diffusé sur CHCH, Global et CBC, en plus d'être une série culte des stations PBS. Trop souvent cependant, nos comédiens talentueux sont partis chercher fortune ailleurs : Jim Carrey, Leslie Nielsen, John Candy, Martin Short, Rick Moranis, Dave Thomas, Eugene Levy, Catherine O'Hara, Dan Ackroyd, Lorne Michaels (producteur de *Saturday Night Live*), Dave Foley, Phil Hartman, Michael J. Fox, Mike Myers et bien d'autres.

Il ne fait aucun doute que la comédie satirique est le genre d'émissions (mis à part les nouvelles) qui a connu le plus grand succès dans l'histoire de la télévision canadienne de langue anglaise. Ce n'est pas seulement un succès populaire; c'est un succès culturel. En riant de nos travers, nous saisissons mieux qui nous sommes.

Figure 4.19 Séries télévisées et émissions spéciales les plus populaires sur les réseaux conventionnels canadiens de langue anglaise (excluant le Québec), du 1er octobre 2001 au 14 avril 2002

Rang	Réseau	Émission	Type	Téléspectateurs, 2 ans et + (en milliers)
1	CTV	Academy Awards	Émission spéciale	4 659
2	CBC	Olympics Closing Ceremony	Émission spéciale	4 601
3	CTV	Academy Awards Pre-Show	Émission spéciale	3 332
4	CBC	Olympics Opening Ceremony	Émission spéciale	2 986
5	CTV	Golden Globe Awards	Émission spéciale	2 393
6	CBC	Grey Cup Game 2001	Émission spéciale	2 390
7	CBC	Olympics - Prime Time	Émission spéciale	2 305
8	**CTV**	**E.R.**	**Série télévisée**	**2 046**
9	CTV	Star Wars: The Phantom Menace	Émission spéciale	1 946
10	CBC	Trudeau	Émission spéciale	1 879
11	CTV	Barbara Walters	Émission spéciale	1 838
12	**CTV**	**C.S.I.**	**Série télévisée**	**1 818**
13	CBC	Celine Dion: A New Day Has Come	Émission spéciale	1 635
14	CTV	Emmy Awards	Émission spéciale	1 629
15	**CTV**	**Law & Order**	**Série télévisée**	**1 602**
16	**GLB**	**Survivor 4 Marquesas**	**Série télévisée**	**1 587**
17	**GLB**	**Survivor 3 Africa**	**Série télévisée**	**1 535**
18	CTV	Tagged: The Jonathan Wamback Story	Émission spéciale	1 522
19	**CTV**	**Sopranos**	**Série télévisée**	**1 512**
20	GLB	Survivor 3 Africa Reunion	Émission spéciale	1 485
21	CTV	American Music Awards	Émission spéciale	1 469
22	GLB	Superbowl	Émission spéciale	1 436
23	CBC	RCAF: Best of 2001	Émission spéciale	1 387
24	CTV	Golden Globe Preshow	Émission spéciale	1 385
25	**CTV**	**Law & Order: SVU**	**Série télévisée**	**1 384**
26	CTV	People's Choice Awards	Émission spéciale	1 376
27	CTV	Juno Awards	Émission spéciale	1 355
28	GLB	News Spec: Bush Press.	Émission spéciale	1 346
29	CTV	Stolen Miracles	Émission spéciale	1 329
30	CTV	Jamie and David	Émission spéciale	1 296
31	**CTV**	**Weakest Link**	**Série télévisée**	**1 294**
32	CTV	Parkinson's Enigma	Émission spéciale	1 280
33	**CTV**	**The West Wing**	**Série télévisée**	**1 261**
34	**CTV**	**Ally McBeal**	**Série télévisée**	**1 236**
35	CBC	Anne Murray	Émission spéciale	1 206
36	**CBC**	**Random Passage**	**Série télévisée**	**1 198**
37	**CTV**	**The Amazing Race**	**Série télévisée**	**1 197**
38	CTV	Torso	Émission spéciale	1 191
39	**CBC**	**Hockey Night in Canada**	**Série télévisée**	**1 161**
40	**CTV**	**Law & Order:CI**	**Série télévisée**	**1 154**

Les comiques de la télévision canadienne de langue anglaise

L'« intervention » la plus inhabituelle de l'histoire de la télévision canadienne est survenue en 1981, lorsque la haute direction de la CBC a demandé aux comédiens de SCTV d'insérer plus de « contenu canadien » dans leur émission.

Étant donné que l'émission était écrite, produite et interprétée par des Canadiens, cette requête a été très mal accueillie : « Que voulez-vous qu'on fasse?, ont demandé Rick Moranis et Dave Thomas. Déplier une carte du Canada et s'asseoir avec nos tuques et nos manteaux? » On leur a répondu : « Pourquoi pas? ».

C'est ainsi que sont né « Canadian Corner » et les personnages très populaires de Bob et Doug MacKenzie, qui, en plus de devenir des stars internationales, ont aidé davantage les Canadiens anglais à se reconnaître, eux et leurs petites manies, que les dramatiques du temps. Il est vrai que leurs « conseils d'idiots », par exemple comment glisser une souris dans une bouteille de bière, ne plairaient peut-être pas à tout le monde, mais les téléspectateurs se sont reconnus rapidement dans ces personnages et les sujets hebdomadaires de *Great White North*.

SCTV est l'un des nombreux exemples de réussite de l'histoire des comédies canadiennes. *Wayne and Shuster* ont été les pionniers, avec des sketches qui allaient de la bouffonnerie aux parodies « cérébrales » alliant Shakespeare et les genres télévisuels populaires. « Apportez-moi un martinus! », ordonne le détective dans une parodie de Jules César. « Vous voulez dire un martini? », demande le barman. « Si j'en veux deux, j'en demanderai deux », lui répond le détective.

Les émissions provenant de Terre-Neuve, tout d'abord *CODCO* puis *This Hour Has 22 Minutes* et *Made in Canada*, tirent leur inspiration pour leurs sketches satiriques de la politique. Les Canadiens applaudissent le personnage interprété par Mary Walsh, Marg Delahunty, qui, dans son costume de princesse guerrière, coince de vrais politiciens dans leurs bureaux d'Ottawa.

Ils applaudissent également le « Chicken Cannon » (littéralement le « canon à poulet ») lorsqu'il tire sur le visage de leurs cibles préférées à l'émission *Royal Canadian Air Farce*. Mais le plaisir que suscite la vision de ces visages dégoulinants n'a d'égal que celui que procure le fait de se reconnaître dans les personnages de la beignerie d'Air Farce, qui ponctuent immanquablement leurs observations avec « You got that right. You betcha. Tell me about it! Oh yeah, oh yeah, oh yeah ». (T'as ben raison. C'est sûr. Tu m'en diras tant. Ben sûr, ben sûr, ben sûr.)

Les comédies canadiennes font partie de nos meilleures exportations. Wayne and Shuster ont été 67 fois au *Ed Sullivan Show*. *SCTV* est encore souscrit par bien des

Pour mieux comprendre les habitudes d'écoute, il faut examiner les types d'émissions que regardent les Canadiens. La figure 4.17 permet de saisir ce que regardent les Canadiens anglophones pendant une semaine typique.

Comme on peut le voir, en 2001, les radiodiffuseurs privés canadiens de langue anglaise ont attiré, entre 6 h et 2 h, près de 65 % des téléspectateurs des émissions d'informations et environ 26 % des téléspectateurs des dramatiques et des comédies canadiennes. Par contre, pendant la même période, la CBC a attiré 42,2 % des téléspectateurs des émissions sportives canadiennes, contre seulement 10,8 % pour les radiodiffuseurs privés conventionnels. Dans l'ensemble, en 2001, 46,1 % des téléspectateurs canadiens ont regardé des émissions sur les réseaux privés conventionnels, environ un tiers, celles des services payants et spécialisés, et 20,7 % les émissions de la CBC.

La figure 4.18 fournit les mêmes renseignements, cette fois-ci pour la télévision de langue française en 2001. Les auditoires de langue française ont des habitudes d'écoute différentes en ce qui a trait aux émissions canadiennes.

Dans l'ensemble, 28,6 % des téléspectateurs francophones qui ont écouté des émissions canadiennes entre 6 h et 2 h en 2001 regardaient Radio-Canada, 58,1 % les réseaux conventionnels privés et 13,4 % la télévision payante ou spécialisée. Sur le plan des dramatiques et des comédies, Radio-Canada s'en tirait bien, obtenant 41 % des téléspectateurs, contre 45,6 % pour les réseaux privés. Dans le cas des sports, l'écart du côté francophone était moins grand que du côté anglophone : Radio-Canada demeurait le radiodiffuseur de sports le plus populaire au Canada, avec 35,8 % des téléspectateurs francophones. Quant aux nouvelles, 64,4 % des téléspectateurs préféraient les radiodiffuseurs conventionnels privés, contre seulement 21,8 % Radio-Canada.

Qu'est-ce que les téléspectateurs regardent?

Le menu habituel des téléspectateurs se compose des informations, des sports et des dramatiques, mais il importe de souligner que leurs habitudes d'écoute varient considérablement. Certaines personnes ne regardent que les sports et les informations, tandis que d'autres s'intéressent au jardinage et à la météo. Le Comité a appris que la plupart des gens se contentent de 6 ou 7 stations de télévision, même s'ils ont accès à des dizaines, voire à plus de 300, stations. Le radiodiffuseur d'aujourd'hui est confronté au fait que bien peu de gens regardent les mêmes six ou sept stations.

Les préférences changent au fil du temps. Les comédies comme *Wayne and Shuster* dans les années 1950, 1960 et 1970 étaient très populaires et ont inspiré d'autres émissions comme *Second City Television*, *The Royal Canadian Air Farce*, *The Kids in the Hall* et *This Hour has 22 minutes*.

Parmi les dramatiques populaires, on recense *The Beachcombers* et d'autres dérivées du livre *Anne et Green Gables* de Lucy Maud Montgomery. Plus récemment, les succès ont été *Random Passage*, *Traders* et la série d'histoire canadienne de la SRC, qui a remporté un franc succès tant en anglais qu'en français. La figure 4.19 dresse la liste des 40 séries télévisées et émissions spéciales de langue anglaise les plus populaires des trois réseaux chaînes, tout comme *Kids in the Hall*. *The Red Green Show*, avec Steve Smith, est diffusé sur CHCH, Global et CBC, en plus d'être une série culte des stations PBS. Trop souvent cependant, nos comédiens talentueux sont partis chercher fortune ailleurs : Jim Carrey, Leslie Nielsen, John Candy, Martin Short, Rick Moranis, Dave Thomas, Eugene Levy, Catherine O'Hara, Dan Ackroyd, Lorne Michaels (producteur de *Saturday Night Live*), Dave Foley, Phil Hartman, Michael J. Fox, Mike Myers et bien d'autres.

Il ne fait aucun doute que la comédie satirique est le genre d'émissions (mis à part les nouvelles) qui a connu le plus grand succès dans l'histoire de la télévision canadienne de langue anglaise. Ce n'est pas seulement un succès populaire; c'est un succès culturel. En riant de nos travers, nous saisissons mieux qui nous sommes.

Figure 4.19 Séries télévisées et émissions spéciales les plus populaires sur les réseaux conventionnels canadiens de langue anglaise (excluant le Québec), du 1er octobre 2001 au 14 avril 2002

Rang	Réseau	Émission	Type	Téléspectateurs, 2 ans et + (en milliers)
1	CTV	Academy Awards	Émission spéciale	4 659
2	CBC	Olympics Closing Ceremony	Émission spéciale	4 601
3	CTV	Academy Awards Pre-Show	Émission spéciale	3 332
4	CBC	Olympics Opening Ceremony	Émission spéciale	2 986
5	CTV	Golden Globe Awards	Émission spéciale	2 393
6	CBC	Grey Cup Game 2001	Émission spéciale	2 390
7	CBC	Olympics - Prime Time	Émission spéciale	2 305
8	CTV	E.R.	Série télévisée	2 046
9	CTV	Star Wars: The Phantom Menace	Émission spéciale	1 946
10	CBC	Trudeau	Émission spéciale	1 879
11	CTV	Barbara Walters	Émission spéciale	1 838
12	CTV	C.S.I.	Série télévisée	1 818
13	CBC	Celine Dion: A New Day Has Come	Émission spéciale	1 635
14	CTV	Emmy Awards	Émission spéciale	1 629
15	CTV	Law & Order	Série télévisée	1 602
16	GLB	Survivor 4 Marquesas	Série télévisée	1 587
17	GLB	Survivor 3 Africa	Série télévisée	1 535
18	CTV	Tagged: The Jonathan Wamback Story	Émission spéciale	1 522
19	CTV	Sopranos	Série télévisée	1 512
20	GLB	Survivor 3 Africa Reunion	Émission spéciale	1 485
21	CTV	American Music Awards	Émission spéciale	1 469
22	GLB	Superbowl	Émission spéciale	1 436
23	CBC	RCAF: Best of 2001	Émission spéciale	1 387
24	CTV	Golden Globe Preshow	Émission spéciale	1 385
25	CTV	Law & Order: SVU	Série télévisée	1 384
26	CTV	People's Choice Awards	Émission spéciale	1 376
27	CTV	Juno Awards	Émission spéciale	1 355
28	GLB	News Spec: Bush Press	Émission spéciale	1 346
29	CTV	Stolen Miracles	Émission spéciale	1 329
30	CTV	Jamie and David	Émission spéciale	1 296
31	CTV	Weakest Link	Série télévisée	1 294
32	CTV	Parkinson's Enigma	Émission spéciale	1 280
33	CTV	The West Wing	Série télévisée	1 261
34	CTV	Ally McBeal	Série télévisée	1 236
35	CBC	Anne Murray	Émission spéciale	1 206
36	CBC	Random Passage	Série télévisée	1 198
37	CTV	The Amazing Race	Série télévisée	1 197
38	CTV	Torso	Émission spéciale	1 191
39	CBC	Hockey Night in Canada	Série télévisée	1 161
40	CTV	Law & Order:CI	Série télévisée	1 154

Les maîtres de la passerelle

La popularité des matchs de hockey professionnel au Canada a évolué de pair avec le développement de la radio-télédiffusion au Canada. Nous pouvons raisonnablement conclure que la radiodiffusion et, plus tard la télédiffusion de ces matchs ont été le fondement de cette popularité, qui ne se dément d'ailleurs toujours pas malgré la multiplication des matchs sportifs que nous proposent les télédiffuseurs nationaux et internationaux.

Les grandes étoiles de ce sport où la vitesse, la force, l'imagination et le jeu d'ensemble forment une composition sportive sans égale, ont été par le passé et sont toujours les vedettes auxquelles s'accrochent l'enthousiasme, voire l'adulation des amateurs de hockey. Les Richard, Orr, Howe, Harvey, Lafleur, Lemieux et Roy nous ont donné des moments de plaisir et de joie perdurables.

Cependant, il est opportun de se rappeler que les exploits des vedettes du hockey nous ont été décrits et transmis par deux commentateurs exceptionnels dont les carrières sont intimement liées à l'évolution du hockey comme sport national au Canada, ainsi qu'à celle de la radio-télédiffusion des matchs au Canada. Le premier a été Foster Hewitt, à compter de la fin des années 1920, et le second, René Lecavalier, à partir du début des années 1950.

Dès 1927, Foster Hewitt décrivait sur les ondes radiophoniques les matchs de hockey des Maple Leafs de Toronto. Ken Dryden, un des grands de la Ligue nationale, se remémorant sa jeunesse, nous raconte la portée du commentateur : « De la passerelle juchée à près de 20 mètres au-dessus de la patinoire, Foster Hewitt devint notre conteur national, surpassant même ces grands joueurs dont il nous décrivait les prouesses. Il fut, pratiquement à lui seul, l'instigateur d'une habitude qui se répandit dans tout le pays. »

Au début des années 1950, à Montréal, un jeune confrère de Foster Hewitt commençait lui aussi à faire sa marque et à faire sentir sa présence merveilleusement articulée dans le monde du hockey professionnel. René Lecavalier avait une passion chaleureuse pour le hockey, un sport qu'il connaissait — comme sa grammaire d'ailleurs — sur le bout des doigts. Il a su jumeler pour nous, les télespectateurs, son grand amour du sport et de la langue française. Pendant plus de 30 ans, René Lecavalier nous a fait redécouvrir un sport qui, pour lui, avait toute la beauté, les exigences et les subtilités de la langue qu'il employait pour le décrire.

Les maîtres de la passerelle

La popularité des matchs de hockey professionnel au Canada a évolué de pair avec le développement de la radio-télédiffusion au Canada. Nous pouvons raisonnablement conclure que la radiodiffusion et, plus tard la télédiffusion de ces matchs ont été le fondement de cette popularité, qui ne se dément d'ailleurs toujours pas malgré la multiplication des matchs sportifs que nous proposent les télédiffuseurs nationaux et internationaux.

Les grandes étoiles de ce sport où la vitesse, la force, l'imagination et le jeu d'ensemble forment une composition sportive sans égale, ont été par le passé et sont toujours les vedettes auxquelles s'accrochent l'enthousiasme, voire l'adulation des amateurs de hockey. Les Richard, Orr, Howe, Harvey, Lafleur, Lemieux et Roy nous ont donné des moments de plaisir et de joie perdurables.

Cependant, il est opportun de se rappeler que les exploits des vedettes du hockey nous ont été décrits et transmis par deux commentateurs exceptionnels dont les carrières sont intimement liées à l'évolution du hockey comme sport national au Canada, ainsi qu'à celle de la radio-télédiffusion des matchs au Canada. Le premier a été Foster Hewitt, à compter de la fin des années 1920, et le second, René Lecavalier, à partir du début des années 1950.

Dès 1927, Foster Hewitt décrivait sur les ondes radiophoniques les matchs de hockey des Maple Leafs de Toronto. Ken Dryden, un des grands de la Ligue nationale, se remémorant sa jeunesse, nous raconte la portée du commentateur : « De la passerelle juchée à près de 20 mètres au-dessus de la patinoire, Foster Hewitt devint notre conteur national, surpassant même ces grands joueurs dont il nous décrivait les prouesses. Il fut, pratiquement à lui seul, l'instigateur d'une habitude qui se répandit dans tout le pays. »

Au début des années 1950, à Montréal, un jeune confrère de Foster Hewitt commençait lui aussi à faire sa marque et à faire sentir sa présence merveilleusement articulée dans le monde du hockey professionnel. René Lecavalier avait une passion chaleureuse pour le hockey, un sport qu'il connaissait — comme sa grammaire d'ailleurs — sur le bout des doigts. Il a su jumeler pour nous, les téléspectateurs, son grand amour du sport et de la langue française. Pendant plus de 30 ans, René Lecavalier nous a fait redécouvrir un sport qui, pour lui, avait toute la beauté, les exigences et les subtilités de la langue qu'il employait pour le décrire.

conventionnels canadiens de langue anglaise, soit CBC, CTV et Global, entre le 1er octobre 2001 et le 14 avril 2002.

Comme on peut le voir, les Canadiens (à l'extérieur du Québec) regardent beaucoup d'émissions américaines. Ils regardent aussi beaucoup d'émissions sportives canadiennes. C'est ainsi que *Hockey Night in Canada*, l'une des deux séries télévisées mentionnées dans la figure 4.19, est un grand favori depuis les débuts de la radio et de la télévision.

Seulement 16 des 40 séries et émissions spéciales les plus populaires en 2001-2002 étaient canadiennes, et seulement 1 de ces 16 émissions était une série régulière. Or, 12 des 14 séries (86 %) étaient américaines, alors que 15 des 26 émissions spéciales les plus populaires (58 %) étaient canadiennes. Ces données mettent en lumière deux problèmes auxquels sont confrontés les radiodiffuseurs de langue anglaise au Canada : la popularité des émissions américaines et le coût élevé de la production d'une série télévisée (c.-à-d. de 22 à 26 épisodes) pendant une saison entière. L'écart entre le nombre de séries et d'émissions spéciales populaires produites en anglais au Canada est dû en grande partie au fait qu'il est plus coûteux de produire une série qu'une ou deux émissions, comme une minisérie ou une émission spéciale. D'autres chapitres du rapport abordent cette question plus en profondeur.

Par contre, les émissions canadiennes de langue française ont compté, au fil des ans, *Pays et merveilles* (1953-1961) et *Point de mire* (1957-1959), deux émissions d'informations populaires dans les années 1950, et toute une panoplie de jeux-questionnaires, de miniséries et de téléromans : *La famille Plouffe*, *Lance et compte*, *Les filles de Caleb*, *La petite vie* et *Virginie*. La longue série de succès de la télévision française au Canada est remarquable.

De plus, comme le montre la figure 4.20, malgré la fragmentation accrue de l'auditoire, les téléspectateurs francophones du Québec préfèrent largement les émissions faites au Canada.

Cette figure réitère la place dominante des séries télévisées et des émissions spéciales canadiennes dans le marché francophone québécois. Mise à part l'émission *Spécial bloopers* de TVA, toutes ces émissions proposent un contenu canadien. En outre, leur auditoire excède celui de la plupart des émissions canadiennes de langue anglaise énumérées à la figure 4.19. Cette situation est remarquable compte tenu du fait que le marché francophone est trois fois moins important que le marché anglophone.

Figure 4.20 Séries télévisées et émissions spéciales les plus populaires sur les réseaux conventionnels canadiens de langue française (excluant le Québec), du 1er octobre 2001 au 14 avril 2002

Rang	Réseau	Émission	Type	Téléspectateurs, 2 ans et + (en milliers)
1	TVA	Les Olivier	Émission spéciale	2 016
2	TVA	Le Gala Metrostar	Émission spéciale	1 955
3	**TVA**	**Fortier**	**Série télévisée**	**1 928**
4	TVA	Spécial le retour	Émission spéciale	1 838
5	**TVA**	**Le retour**	**Série télévisée**	**1 701**
6	TVA	Surprise sur prise	Émission spéciale	1 689
7	TVA	Le meilleur du festival Juste pour rire	Émission spéciale	1 686
8	TVA	Spécial KM/H	Émission spéciale	1 667
9	SRC	JO Salt Lake : Finale Hockey	Émission spéciale	1 597
10	TVA	Histoires de filles spécial	Émission spéciale	1 528
11	**TVA**	**KM/H**	**Série télévisée**	**1 525**
12	**SRC**	**Music Hall**	**Série télévisée**	**1 521**
13	**TVA**	**Les poupées russes**	**Série télévisée**	**1 464**
14	**TVA**	**Tabou**	**Série télévisée**	**1 444**
15	TVA	Spécial Bloopers	Émission spéciale	1 419
16	SRC	JO Salt Lake : Cérémonie de clôture	Émission spéciale	1 396
17	**TVA**	**Histoires des filles**	**Série télévisée**	**1 394**
18	**TVA**	**Cauchemar d'amour**	**Série télévisée**	**1 393**
19	TVA	Célébration 2002	Émission spéciale	1 307
20	TVA	Entrée des stars	Émission spéciale	1 293
21	TVA	Le meilleur de la rentrée	Émission spéciale	1 273
22	**TQS**	**Lance et compte III**	**Série télévisée**	**1 263**
23	SRC	Beaux Dimanche : Le gala de l'ADISQ	Émission spéciale	1 217
24	SRC	JO Salt Lake: Gala des champions (rep)	Émission spéciale	1 203
25	TVA	Humoriste...naturel	Émission spéciale	1 167
26	**TVA**	**Tribu.com**	**Série télévisée**	**1 153**
27	TVA	Comicographe	Émission spéciale	1 151
28	**TVA**	**Juste pour rire**	**Série télévisée**	**1 131**
29	SRC	La fureur : Jour de l'an	Émission spéciale	1 125
30	**SRC**	**L'Or**	**Série télévisée**	**1 130**
31	**SRC**	**Un gars, une fille**	**Série télévisée**	**1 101**
32	TVA	Spécial Arcand	Émission spéciale	1 093
33	TVA	Claire Lamarche Spécial	Émission spéciale	1 051
34	TVA	Mannequin d'un jour	Émission spéciale	1 049
35	**TVA**	**Emma**	**Série télévisée**	**1 040**
36	SRC	Ici...la rentrée	Émission spéciale	1 010
37	**SRC**	**Le dernier chapitre**	**Série télévisée**	**1 005**
38	SRC	JO Salt Lake : Ouverture	Émission spéciale	1 000
39	**SRC**	**La fureur**	**Série télévisée**	**991**
40	**TVA**	**Arcand**	**Série télévisée**	**989**

Cependant, ces comparaisons n'illustrent pas la croissance notable de l'auditoire de certains types d'émissions canadiennes de langue anglaise. Il faut donc examiner la disponibilité des émissions et les changements de préférences des téléspectateurs. Ces points sont abordés ci-dessous.

Auditoires francophone et anglophone

Il importe de souligner, dans toute discussion sur les habitudes d'écoute des Canadiens, les différences entre les auditoires francophone et anglophone. Ces différences sont présentées dans le présent chapitre et

Le téléroman, roi du petit écran

Le téléroman au Québec est un phénomène unique dans le monde de la télévision canadienne, voire internationale. Dans un ouvrage réalisé à l'occasion de l'exposition Téléroman présentée au Musée de la civilisation de Québec, de 1996 à 1998, on nous explique, en guise d'introduction, qu'en 1974, l'UNESCO avait mandaté un sociologue scandinave, Tapio Varis, pour réaliser le premier répertoire mondial des émissions de télévision. Au terme de son travail, le sociologue s'est rendu compte qu'il avait répertorié un nombre d'heures pour les séries dramatiques au Québec à un tel point démesuré par rapport au reste du monde qu'il a senti le besoin de noter en exergue que les chiffres étaient exacts et qu'il n'y avait aucun erreur de sa part. Pour bien illustrer le phénomène, signalons que le répertoire des principaux feuilletons, séries et téléromans produits et diffusés au Québec entre 1953 et 1997 enrecense 168!

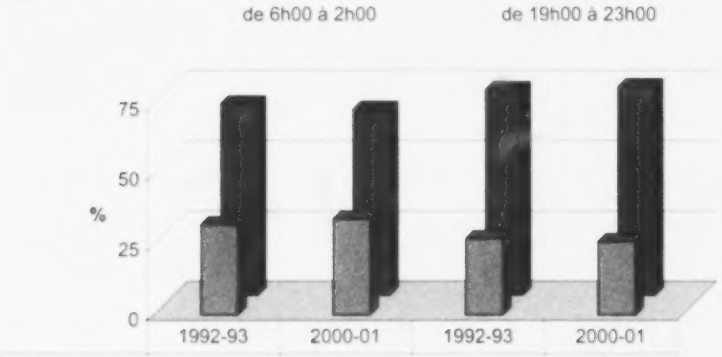
En outre, au phénomène du nombre de productions vient s'ajouter celui des cotes d'écoute qui font rêver les télédiffuseurs du monde entier. Voici les sommets enregistrés entre 1962 et 1995 :

- 2 686 000 : *Les belles histoires des pays d'en haut* (1962)
- 2 689 000 : *Terre humaine* (1981)
- 2 708 000 : *Rue des pignons* (1975)
- 2 709 000 : *Moi et l'autre* (1971)
- 2 717 000 : *Au nom du père et du fils* (1993)
- 2 765 000 : *Entre chien et loup* (1989)
- 3 008 000 : *Scoop* (1994)
- 3 021 000 : *Le temps d'une paix* (1986)
- 3 227 000 : *Lance et compte* (1989)
- 3 334 000 : *Blanche* (1993)
- 3 664 000 : *Les filles de Caleb* (1991)
- 4 098 000 : *La petite vie* (1995)

Évidemment, de telles cotes d'écoute sous-entendent l'attrait profond du public québécois pour ses téléromans. Elles reflètent un dialogue, une communication très intime entre, d'une part, les artistes, les auteurs et les interprètes et, d'autre part, leur public. On peut s'imaginer une belle complicité qui fait le bonheur des uns et des autres. Depuis 50 ans, le succès des téléromans au Québec ne se dément pas. Les

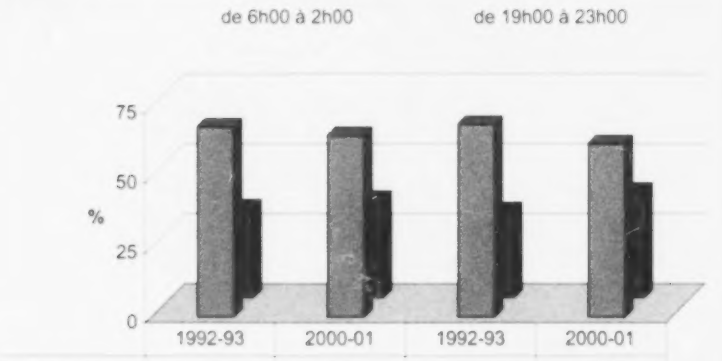
au chapitre 5. Les figures 4.21 et 4.22 comparent l'écoute des émissions canadiennes et étrangères, par des auditoires francophone et anglophone, en 1992-1993 et en 2000-2001.

Figure 4.21 Écoute d'émissions canadiennes et étrangères, télévision de langue anglaise (excluant le Québec)



	1992-93	2000-01	1992-93	2000-01
Canadiennes	32	34	27	26
Étrangères	68	66	73	74

Figure 4.22 Écoute d'émissions canadiennes et étrangères, télévision de langue française (Québec seulement)



	1992-93	2000-01	1992-93	2000-01
Canadiennes	68	65	69	62
Étrangères	32	35	31	38

Comme on peut le constater, malgré l'augmentation du nombre d'heures d'émissions canadiennes (figure 4.11), l'écoute des émissions canadiennes pendant la journée a progressé légèrement chez les anglophones, passant de 32 % à 34 %, et a diminué légèrement chez les francophones (passant de 68 % à 65 %) entre 1992-1993 et 2000-2001.

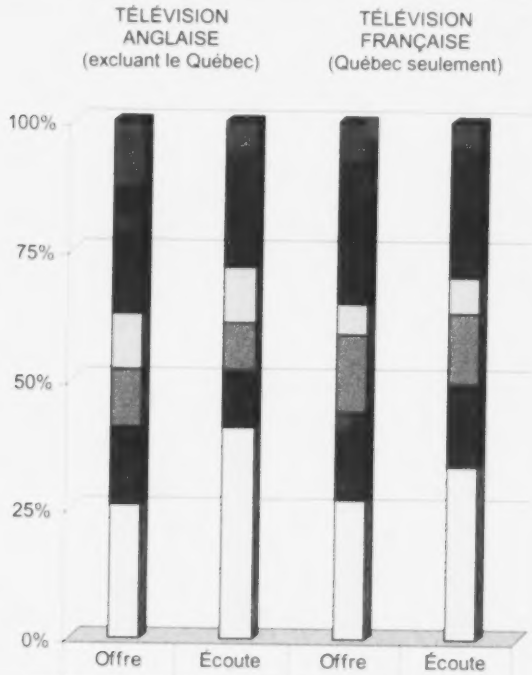
Mais ces données ne disent pas ce que les Canadiens préfèrent. Une façon de le découvrir consiste à comparer ce qui est disponible (l'offre) et ce qui est regardé (l'écoute). En examinant la figure 4.23, on se rend compte que les dramatiques sont de loin les émissions les plus populaires tant chez les anglophones que chez les francophones, recueillant respectivement 41 %

téléromans seraient-ils le visage et le cœur du public au Québec, mis à découvert? Refléteraient-ils, en tant qu'expressions culturelles, les aspirations d'hier et d'aujourd'hui que seule la chanson des auteurs-interprètes peut rivaliser?

Suivant une interrogation personnelle, Gilles Pelletier, qui a incarné bon nombre de personnages de téléromans, a conclu que :

« ... les téléspectateurs ont aimé, comme ils aiment toujours, retrouver, de semaine en semaine, les personnages qu'ils perçoivent comme des membres de leur famille. Qu'ils vivent des situations dramatiques ou périlleuses, comme dans *Lance et compte*, ou qu'ils racontent leurs peines, leurs souffrances ou leurs joies quotidiennes, comme dans *Sous un ciel variable*, le public leur reste fidèle. Pourquoi? C'est là le secret des téléromans québécois. »

Figure 4.23 Écoute globale de la programmation télévisuelle canadienne et étrangère, entre 6h00 et 2h00, 2000-01



	Offre	Écoute	Offre	Écoute
■ Autres	13	6	8	5
■ Variétés, mus., jeux	24	22	27	25
□ Sports	11	11	6	7
▒ Affaires publiques	11	9	15	14
■ Nouvelles	15	11	17	16
□ Dramatiques, comédies	26	41	27	34

Le téléroman, roi du petit écran

Le téléroman au Québec est un phénomène unique dans le monde de la télévision canadienne, voire internationale. Dans un ouvrage réalisé à l'occasion de l'exposition Téléroman présentée au Musée de la civilisation de Québec, de 1996 à 1998, on nous explique, en guise d'introduction, qu'en 1974, l'UNESCO avait mandaté un sociologue scandinave, Tapio Varis, pour réaliser le premier répertoire mondial des émissions de télévision. Au terme de son travail, le sociologue s'est rendu compte qu'il avait répertorié un nombre d'heures pour les séries dramatiques au Québec à un tel point démesuré par rapport au reste du monde qu'il a senti le besoin de noter en exergue que les chiffres étaient exacts et qu'il n'y avait aucun erreur de sa part. Pour bien illustrer le phénomène, signalons que le répertoire des principaux feuilletons, séries et téléromans produits et diffusés au Québec entre 1953 et 1997 enrecense 168!

En outre, au phénomène du nombre de productions vient s'ajouter celui des cotes d'écoute qui font rêver les télédiffuseurs du monde entier. Voici les sommets enregistrés entre 1962 et 1995 :

- 2 686 000 : *Les belles histoires des pays d'en haut* (1962)
- 2 689 000 : *Terre humaine* (1981)
- 2 708 000 : *Rue des pignons* (1975)
- 2 709 000 : *Moi et l'autre* (1971)
- 2 717 000 : *Au nom du père et du fils* (1993)
- 2 765 000 : *Entre chien et loup* (1989)
- 3 008 000 : *Scoop* (1994)
- 3 021 000 : *Le temps d'une paix* (1986)
- 3 227 000 : *Lance et compte* (1989)
- 3 334 000 : *Blanche* (1993)
- 3 664 000 : *Les filles de Caleb* (1991)
- 4 098 000 : *La petite vie* (1995)

Évidemment, de telles cotes d'écoute sous-entendent l'attrait profond du public québécois pour ses téléromans. Elles reflètent un dialogue, une communication très intime entre, d'une part, les artistes, les auteurs et les interprètes et, d'autre part, leur public. On peut s'imaginer une belle complicité qui fait le bonheur des uns et des autres. Depuis 50 ans, le succès des téléromans au Québec ne se dément pas. Les

au chapitre 5. Les figures 4.21 et 4.22 comparent l'écoute des émissions canadiennes et étrangères, par des auditoires francophone et anglophone, en 1992-1993 et en 2000-2001.

Figure 4.21 Écoute d'émissions canadiennes et étrangères, télévision de langue anglaise (excluant le Québec)

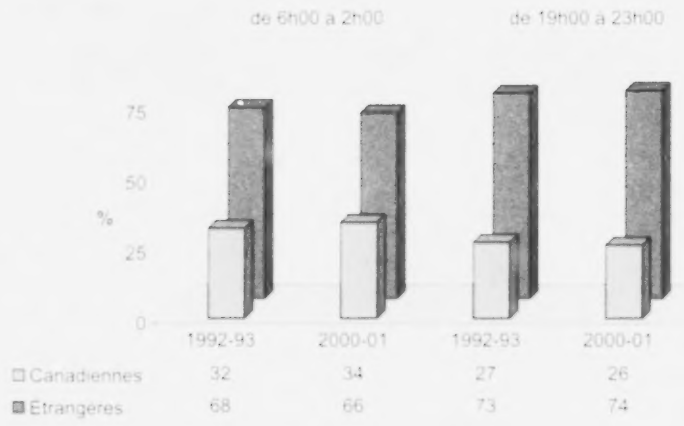
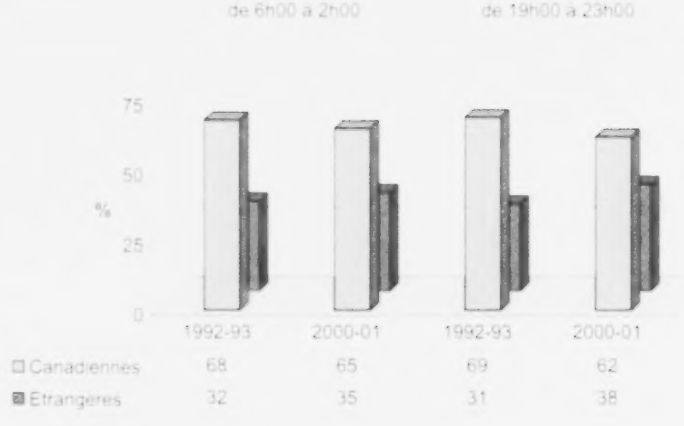


Figure 4.22 Écoute d'émissions canadiennes et étrangères, télévision de langue française (Québec seulement)



Comme on peut le constater, malgré l'augmentation du nombre d'heures d'émissions canadiennes (figure 4.11), l'écoute des émissions canadiennes pendant la journée a progressé légèrement chez les anglophones, passant de 32 % à 34 %, et a diminué légèrement chez les francophones, passant de 68 % à 65 %, entre 1992-1993 et 2000-2001.

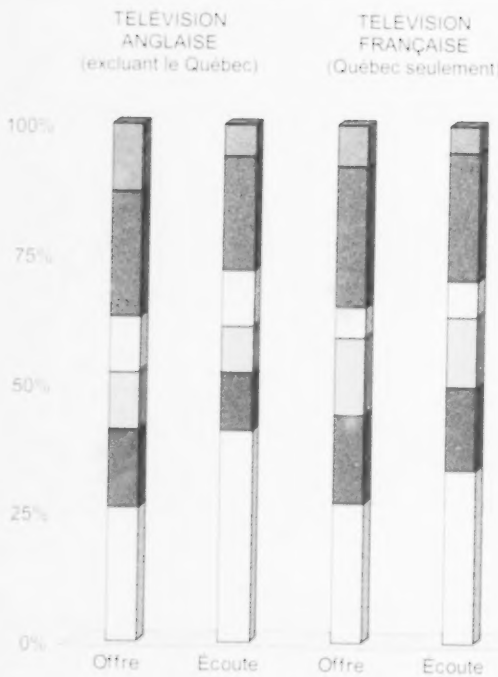
Mais ces données ne disent pas ce que les Canadiens préfèrent. Une façon de le découvrir consiste à comparer ce qui est disponible (l'offre) et ce qui est regardé (l'écoute). En examinant la figure 4.23, on se rend compte que les dramatiques sont de loin les émissions les plus populaires tant chez les anglophones que chez les francophones, recueillant respectivement 41 % et

téléromans seraient-ils le visage et le cœur du public au Québec, mis à découvert? Refléteraient-ils, en tant qu'expressions culturelles, les aspirations d'hier et d'aujourd'hui que seule la chanson des auteurs-interprètes peut rivaliser?

Suivant une interrogation personnelle, Gilles Pelletier, qui a incarné bon nombre de personnages de téléromans, a conclu que :

« ... les téléspectateurs ont aimé, comme ils aiment toujours, retrouver, de semaine en semaine, les personnages qu'ils perçoivent comme des membres de leur famille. Qu'ils vivent des situations dramatiques ou périlleuses, comme dans *Lance et compte*, ou qu'ils racontent leurs peines, leurs souffrances ou leurs joies quotidiennes, comme dans *Sous un ciel variable*, le public leur reste fidèle. Pourquoi? C'est là le secret des téléromans québécois. »

Figure 4.23 Écoute globale de la programmation télévisuelle canadienne et étrangère, entre 6h00 et 2h00, 2000-01

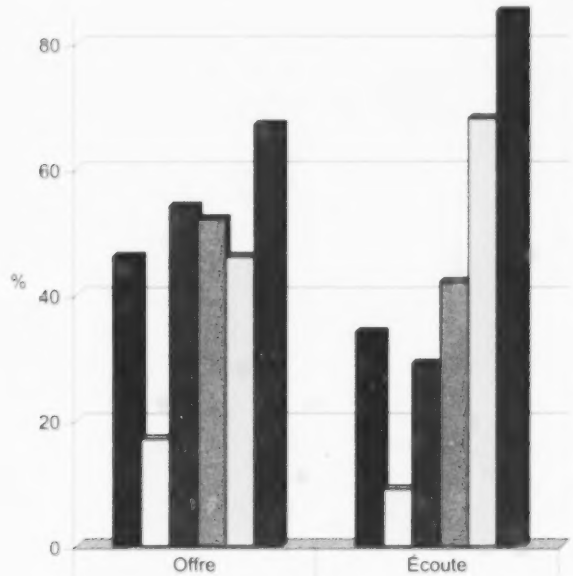


	Offre	Écoute	Offre	Écoute
Autres	13	6	8	5
Variétés, mus., jeux	24	22	27	25
Sports	11	11	6	7
Affaires publiques	11	9	15	14
Nouvelles	15	11	17	16
Dramatiques, comédies	26	41	27	34

et 34 % des cotes d'écoute. Le public canadien est attiré davantage par certains types d'émissions.

Comme l'illustrent les figures 4.24 et 4.25, les anglophones regardent, toutes proportions gardées, plus d'informations et de sports que ce qui est offert, et regardent beaucoup moins de dramatiques et de comédies d'origine canadienne que le faible choix que ne leur proposent les réseaux canadiens.

Figure 4.24 Écoute globale de la programmation télévisuelle canadienne de langue anglaise, entre 6h00 et 2h00, 2000-01

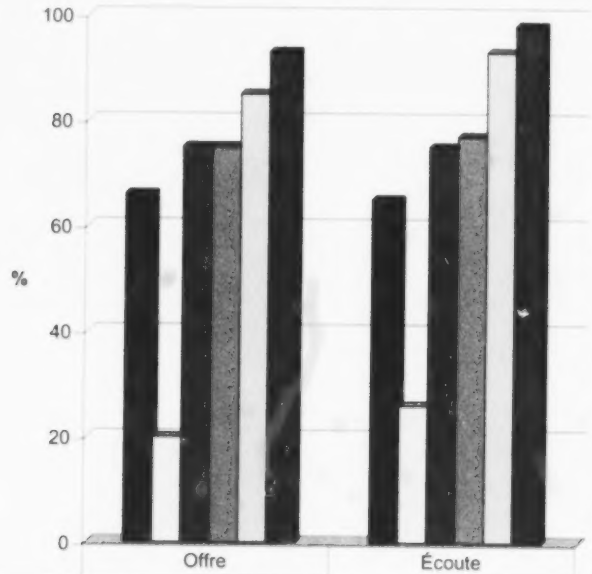


	Offre	Écoute
Ensemble	46	34
Dramatiques, comédies	17	9
Variétés, mus., jeux	54	29
Affaires publiques	52	42
Sports	46	68
Nouvelles	67	85

Trois remarques concernant ces données : premièrement, seulement 34 % des émissions que les anglophones ont regardées en 2000-2001 étaient d'origine canadienne. Deuxièmement, les francophones regardent une plus forte proportion d'émissions canadiennes, soit presque 66 %.

Troisièmement, les anglophones ont regardé moins de 10 % de dramatiques canadiennes et, fait surprenant, seulement 26 % des dramatiques suivies par les francophones étaient canadiennes.

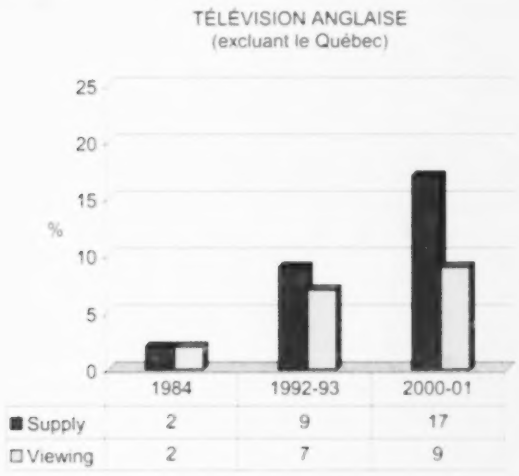
Figure 4.25 Écoute globale de la programmation télévisuelle canadienne de langue française, entre 6h00 et 2h00, 2000-01

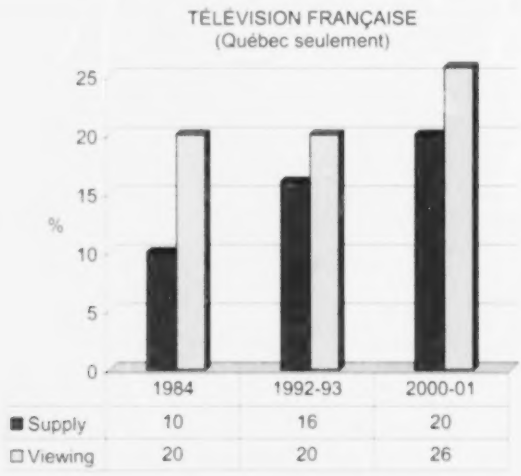


	Offre	Écoute
Ensemble	66	65
Dramatiques, comédies	20	26
Variétés, mus., jeux	75	75
Sports	75	77
Affaires publiques	85	93
Nouvelles	93	98

S'il est vrai que la situation décrite ci-dessus semble décourageante, elle ne tient pas compte de l'amélioration notable constatée de 1984 à 2001. En 1984, 2 % des dramatiques regardées par les Canadiens anglophones avaient un contenu canadien. En 1999, c'était 9 %[19], une amélioration de plus de 450 %. Pour sa part, l'écoute de dramatiques et de comédies canadiennes chez les francophones a plus que doublé, passant de 10 % à 26 % pendant la même période.

Figure 4.26 Écoute quotidienne d'émissions dramatiques et des comédies canadiennes, années sélectionnées de 1984 à 2000-01





Une des raisons qui expliquent l'augmentation de l'écoute des dramatiques et des comédies de langues anglaise et française est le fait que davantage d'émissions sont diffusées. En raison de l'amélioration des mesures d'aide (voir à ce sujet le chapitre 5), les dramatiques et comédies canadiennes représentent désormais 17 % des dramatiques et des comédies de langue anglaise diffusées, 20 % des dramatiques et des comédies de langue française (voir la figure 4.24). Autrement dit, l'écart touchant les dramatiques et les comédies canadiennes de langues anglaise et française a diminué considérablement depuis 1984. La principale différence réside dans le fait que les dramatiques et comédies de langue française attirent près de 26 % des téléspectateurs tandis que les dramatiques et comédies de langue anglaise doivent se contenter de 9 % des parts d'écoute.

Bref, dans leur ensemble, les émissions canadiennes de langue anglaise n'ont pas connu le même succès que les émissions canadiennes de langue française auprès du public, surtout dans le domaine des dramatiques et des comédies. Cela dit, les deux groupes linguistiques peuvent compter sur un auditoire fidèle pour leurs nouvelles et leurs émissions sportives.

Le Comité est conscient qu'il doit aborder prudemment la question des émissions canadiennes. Tout d'abord, le problème pourrait ne pas provenir d'un manque d'émissions, mais plutôt d'un manque de téléspectateurs. Deuxièmement, le problème touche essentiellement le domaine des

dramatiques et des comédies de langue anglaise. En effet, les sports, les émissions pour enfants et les informations s'en sortent plutôt bien. Les témoins ont répété au Comité, pendant ses audiences et ses visites sur les lieux, que les nombreuses émissions de qualité pour enfants sont un succès retentissant.

Par exemple, M. Alex Park (vice-président, émissions et services éducatifs, Shaw Children's Programming Initiative) a affirmé au Comité :

> Un autre projet, *Incredible Story Studios*, s'est mérité le titre de meilleure émission jeunesse dans le cadre des Prix Gémeaux; il a aussi remporté la médaille d'argent lors du Festival international des enfants à New York et compte un auditoire de plus de 125 millions de foyers dans plus de 30 pays. Cette émission est d'ailleurs reconnue comme étant la série jeunesse la plus populaire sur le marché international. Ce sont des histoires à 100 p. 100 canadiennes réalisées par nos enfants canadiens[29].

M. Richard Stursberg (qui était à l'époque président du Fonds canadien de télévision) a déclaré, de façon plus générale :

> Dans bien des cas, les émissions pour enfants, surtout pour les tout petits enfants, se situent dans un contexte non spécifique qui est très facile à exporter. On peut dire effectivement que les réalisateurs canadiens d'émissions pour enfants réussissent très bien sur le plan international[30].

La figure 4.27 illustre bien ces arguments généraux sur les émissions pour enfants. En 1992-1993, environ 30 % des jeunes téléspectateurs de langue anglaise regardaient des émissions canadiennes pour enfants. En 2000-2001, cette proportion avait atteint 40 %. Dans le cas des émissions de langue française, on constate une baisse de 6 % entre 1992-1993 et 2000-2001 (de 56 % à 50 %).

En somme, il faut signaler que les données les plus récentes de 2001-2002 (voir le chapitre 5) indiquent que les réseaux proposent chaque année des milliers d'heures de nouvelles émissions canadiennes. Si l'on oublie un instant les informations et les sports, plus de 2 800 heures d'émissions canadiennes originales ont été créées pendant l'exercice 2001-2002, soit une augmentation de près de 400 heures par rapport à l'année précédente[31]. En outre, si l'on ajoute les informations et les sports, on se retrouve avec des milliers d'heures supplémentaires d'émissions canadiennes. Cela signifie qu'il est possible d'écouter uniquement des

Le phénomène *Degrassi*

Les émissions de télévision pour enfants et adolescents sont, depuis longtemps, l'un des joyaux de l'industrie canadienne de la production. Parmi elles, signalons l'une des productions canadiennes de langue anglaise les plus connues, les séries *Degrassi*.

Degrassi est maintenant rendu à sa septième série. Le tout a commencé en 1986 sur CBC, sous le titre *The Kids of Degrassi Street*, qui est devenu plus tard *Degrassi Junior High* en 1987, puis *Degrassi High* en 1989, à mesure que les personnages de la série grandissaient. Lorsque les enfants ont atteint l'âge adulte, la série a pris la forme d'un film hebdomadaire, *School's Out!* et d'une série de non-fiction axée sur les préoccupations des jeunes, *Degrassi Talks*. La série est revenue au petit écran en 2001 sous le titre *Degrassi: the Next Generation* sur CTV. On a alors créé un site Internet, www.degrassi.tv.

Degrassi.tv n'est pas un site Web ordinaire. Il a été conçu pour ressembler au site Web d'une vraie école — l'école que fréquentent les enfants de la série. Les visiteurs peuvent devenir des « élèves virtuels » de l'école *Degrassi*, avec leurs classes titulaires virtuelles, leurs vestiaires et leurs journaux. Ils peuvent jouer à des jeux en ligne, écrire aux autres « élèves » et aux personnages de la série et discuter avec des enfants du monde entier. Des modérateurs s'assurent que les « règles » de l'école *Degrassi* sont respectées, ce qui en fait un site sûr. Étant donné que la série explore des préoccupations réelles, le site peut orienter les enfants vers de l'aide pour résoudre leurs problèmes sérieux. Plus de 150 000 « élèves » canadiens et 30 000 « élèves » australiens sont inscrits.

Toujours très populaires auprès des jeunes du Canada et de plus de 50 pays où elles ont été diffusées, les séries *Degrassi* ont permis à leurs acteurs et à leurs créateurs, Linda Schuyler et Kit Hood, de remporter 38 prix, notamment 8 prix Gemini, 2 Prix Jeunesse et 2 prix Emmy internationaux.

Le véritable exploit de *Degrassi* ne se mesure pas en prix ni en critiques, comme celle du *New York*

dramatiques et des comédies de langue anglaise. En effet, les sports, les émissions pour enfants et les informations s'en sortent plutôt bien. Les témoins ont répété au Comité, pendant ses audiences et ses visites sur les lieux, que les nombreuses émissions de qualité pour enfants sont un succès retentissant.

Par exemple, M. Alex Park, vice-président, émissions et services éducatifs, Shaw Childrens Programming Initiative, a affirmé au Comité :

> Un autre projet, Incredible Story Studios, s'est mérité le titre de meilleure émission jeunesse dans le cadre des Prix Gemeaux; il a aussi remporté la médaille d'argent lors du Festival international des enfants à New York et compte un auditoire de plus de 125 millions de foyers dans plus de 80 pays. Cette émission est d'ailleurs reconnue comme étant la série jeunesse la plus populaire sur le marché international. Ce sont des histoires à 100 p. 100 canadiennes réalisées par nos enfants canadiens.

M. Richard Stursberg, qui était à l'époque président du Fonds canadien de télévision, a déclaré, de façon plus générale :

> Dans bien des cas, les émissions pour enfants, surtout pour les tout petits enfants, se situent dans un contexte non spécifique qui est très facile à exporter. On peut dire effectivement que les réalisateurs canadiens d'émissions pour enfants réussissent très bien sur le plan international.

La figure 4.27 illustre bien ces arguments généraux sur les émissions pour enfants. En 1992-1993, environ 30 % des jeunes télespectateurs de langue anglaise regardaient des émissions canadiennes pour enfants. En 2000-2001, cette proportion avait atteint 40 %. Dans le cas des émissions de langue française, on constate une baisse de 6 % entre 1992-1993 et 2000-2001 (de 56 % à 50 %).

En somme, il faut signaler que les données les plus récentes de 2001-2002 pour le chapitre 5 indiquent que les réseaux proposent chaque année des milliers d'heures de nouvelles émissions canadiennes. Si l'on oublie un instant les informations et les sports, plus de 2 800 heures d'émissions canadiennes originales ont été créées pendant l'exercice 2001-2002, soit une augmentation de près de 400 heures par rapport à l'année précédente. En outre, si l'on ajoute les informations et les sports, on se retrouve avec des milliers d'heures supplémentaires d'émissions canadiennes. Cela signifie qu'il est possible d'écouter uniquement des

Le phénomène *Degrassi*

Les émissions de télévision pour enfants et adolescents sont, depuis longtemps, l'un des joyaux de l'industrie canadienne de la production. Parmi elles, signalons l'une des productions canadiennes de langue anglaise les plus connues, les séries *Degrassi*.

Degrassi est maintenant rendu à sa septième série. Le tout a commencé en 1986 sur CBC, sous le titre *The Kids of Degrassi Street*, qui est devenu plus tard *Degrassi Junior High* en 1987, puis *Degrassi High* en 1989, à mesure que les personnages de la série grandissaient. Lorsque les enfants ont atteint l'âge adulte, la série a pris la forme d'un film hebdomadaire, *School's Out!* et d'une série de non-fiction axée sur les préoccupations des jeunes, *Degrassi Talks*. La série est revenue au petit écran en 2001 sous le titre *Degrassi: the Next Generation* sur CTV. On a alors créé un site Internet, www.degrassi.tv.

Degrassi.tv n'est pas un site Web ordinaire. Il a été conçu pour ressembler au site Web d'une vraie école — l'école que fréquentent les enfants de la série. Les visiteurs peuvent devenir des « élèves virtuels » de l'école *Degrassi*, avec leurs classes titulaires virtuelles, leurs vestiaires et leurs journaux. Ils peuvent jouer à des jeux en ligne, écrire aux autres « élèves » et aux personnages de la série et discuter avec des enfants du monde entier. Des modérateurs s'assurent que les « règles » de l'école *Degrassi* sont respectées, ce qui en fait un site sûr. Étant donné que la série explore des préoccupations réelles, le site peut orienter les enfants vers de l'aide pour résoudre leurs problèmes sérieux. Plus de 150 000 « élèves » canadiens et 30 000 « élèves » australiens sont inscrits.

Toujours très populaires auprès des jeunes du Canada et de plus de 50 pays où elles ont été diffusées, les séries *Degrassi* ont permis à leurs acteurs et à leurs créateurs, Linda Schuyler et Kit Hood, de remporter 38 prix, notamment 8 prix Gemini, 2 Prix Jeunesse et 2 prix Emmy internationaux.

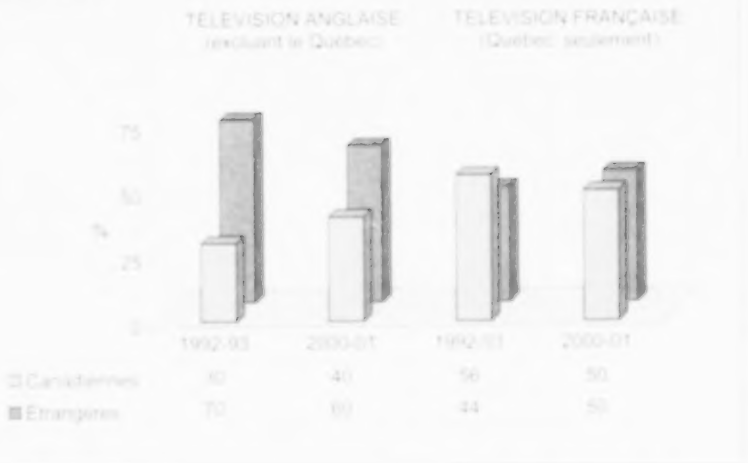
Le véritable exploit de *Degrassi* ne se mesure pas en prix ni en critiques, comme celle du *New York*

Tomes : « une série qui ne s'embarrasse pas de morale désuète et qui va au cœur des choses ». L'exploit aura d'avoir été, pour des générations de jeunes, un lieu d'information pour surmonter les nombreux défis auxquels ils sont confrontés.

Qu'il soit question de consommation de drogue ou d'alcool, de dépression, du sida ou des difficultés et des joies quotidiennes associées à l'amitié, à l'amour ou aux premiers émois sexuels, les enjeux abordés par les séries *Degrassi* ont toujours été traités avec réalisme et respect. Comme l'a si bien dit la créatrice et productrice Linda Schuyler : « L'objectif de *Degrassi* est de dire aux jeunes qui vivent l'adolescence, cette période de la vie où ils sont à la fois adultes et enfants, que les sentiments qu'ils ressentent, les transformations de leur corps et de leur esprit, sont les mêmes que ceux que ressentent et vivent les jeunes du monde entier. Ils ne sont pas seuls dans leur cheminement. »

émissions canadiennes. Cependant, comme nous le verrons au chapitre 5, le problème du financement de la création et de la production d'émissions canadiennes originales demeure.

Figure 4.27 Écoute d'émissions de télévision canadiennes et étrangères pour enfants par des enfants âgés de 2 à 11 ans, entre 6h00 et 2h00, 1992-93 / 2000-01



B. La révolution Internet

Le chapitre 3 a présenté diverses applications de technologies du XIXe et du XXe siècles qui ont contribué à l'émergence du système de radiodiffusion tel qu'on le connaît aujourd'hui. Dans la section qui suit, j'ai tenté de sonder un peu ce que l'avenir nous réserve en fait de services. Personne ne sait exactement comment ces nouveaux services seront configurés, mais on peut déjà entrevoir à quoi ils pourraient ressembler.

De nouvelles habitudes

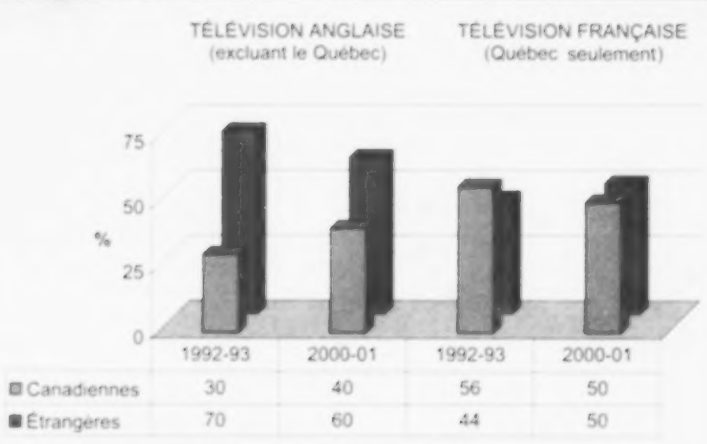
La figure 4.28 illustre comment les habitudes d'écoute de la télévision ont évolué au cours des dernières années. À partir des données sur l'écoute des émissions de langue anglaise, elle indique que le pourcentage de ceux qui regardent les services de télévision traditionnels canadiens a baissé de façon constante entre 1994 et 2001, tandis que le pourcentage de ceux qui regardent les services spécialisés canadiens a augmenté pendant la

Times : « une série qui ne s'embarrasse pas de morale désuète et qui va au cœur des choses ». L'exploit aura d'avoir été, pour des générations de jeunes, un lieu d'information pour surmonter les nombreux défis auxquels ils sont confrontés.

Qu'il soit question de consommation de drogue ou d'alcool, de dépression, du sida ou des difficultés et des joies quotidiennes associées à l'amitié, à l'amour ou aux premiers émois sexuels, les enjeux abordés par les séries *Degrassi* ont toujours été traités avec réalisme et respect. Comme l'a si bien dit la créatrice et productrice Linda Schuyler : « L'objectif de *Degrassi* est de dire aux jeunes qui vivent l'adolescence, cette période de la vie où ils sont à la fois adultes et enfants, que les sentiments qu'ils ressentent, les transformations de leur corps et de leur esprit, sont les mêmes que ceux que ressentent et vivent les jeunes du monde entier. Ils ne sont pas seuls dans leur cheminement. »

émissions canadiennes. Cependant, comme nous le verrons au chapitre 5, le problème du financement de la création et de la production d'émissions canadiennes originales demeure.

Figure 4.27 Écoute d'émissions de télévision canadiennes et étrangères pour enfants, par des enfants âgés de 2 à 11 ans, entre 6h00 et 2h00, 1992-93 / 2000-01



B. La révolution Internet

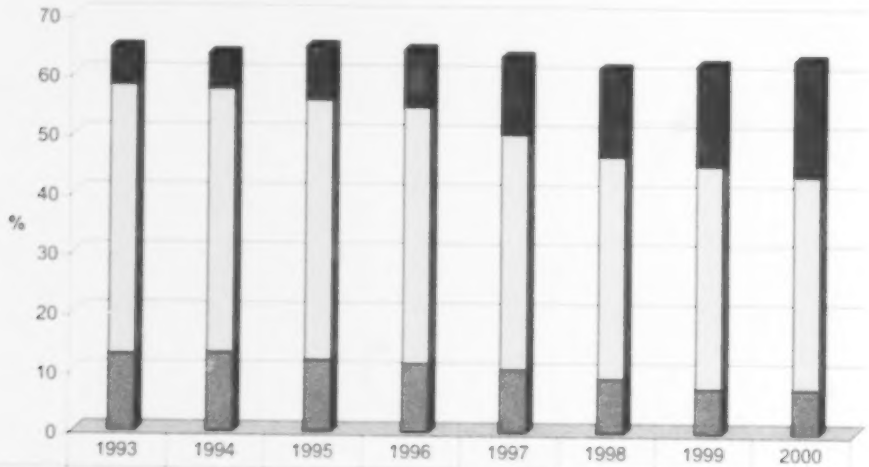
Le chapitre 3 a présenté diverses applications de technologies du XIXe et du XXe siècles qui ont contribué à l'émergence du système de radiodiffusion tel qu'on le connaît aujourd'hui. Dans la section qui suit, l'on tente de voir un peu ce que l'avenir nous réserve en fait de services. Personne ne sait exactement comment ces nouveaux services seront configurés, mais on peut déjà entrevoir à quoi ils pourraient ressembler.

De nouvelles habitudes

La figure 4.28 illustre comment les habitudes d'écoute de la télévision ont évolué au cours des dernières années. À partir des données sur l'écoute des émissions de langue anglaise, elle indique que le pourcentage de ceux qui regardent les services de télévision traditionnels canadiens a baissé de façon constante entre 1994 et 2001, tandis que le pourcentage de ceux qui regardent les services spécialisés canadiens a augmenté pendant la

même période. La figure suggère que les habitudes d'écoute évoluent de plus en plus à mesure que de nouveaux médias sont disponibles.

Figure 4.28 Parts d'écoute des services canadiens de langue anglaise, toutes les personnes, 2 ans et plus, 1993-2000

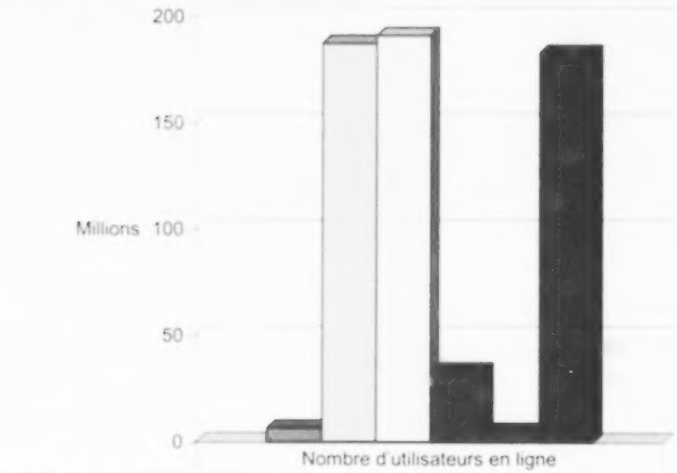


	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000
■ Chaînes canadiennes spéc./payan./num.	6,2	5,9	9	9,6	13	14,7	16,9	19,5
□ Réseaux canadiens privés traditionnels	45,3	44,4	43,8	43,2	39,6	37,5	37,6	35,9
■ CBC	12,9	13,2	12	11,5	10,6	9,1	7,5	7,5

Ce qui frappe encore plus, c'est la croissance explosive d'Internet, non seulement au Canada, mais dans le monde entier, depuis quelques années. Il est impossible de calculer combien de personnes sont branchées, mais on estime que plus de 600 millions de personnes ont maintenant accès à Internet dans le monde. La figure 4.29 indique la distribution des utilisateurs d'Internet dans les principales régions de la planète. Il convient de signaler que presque personne n'était en ligne en 1991 et que presque toute cette expansion s'est faite depuis le milieu des années 1990.

La figure 4.30 montre qu'au Canada le nombre de ménages ayant un fournisseur d'accès Internet (FAI) a augmenté rapidement entre l'été 1997 et l'automne 2002.

Figure 4.29 Estimation du nombre d'utilisateurs en ligne selon les grandes régions du monde, sept. 2002



	Nombre d'utilisateurs en ligne
Afrique	6,31
Asie-Pacifique	187,24
Europe	190,91
Amérique latine	33,35
Moyen-Orient	5,12
Amérique du nord	182,67

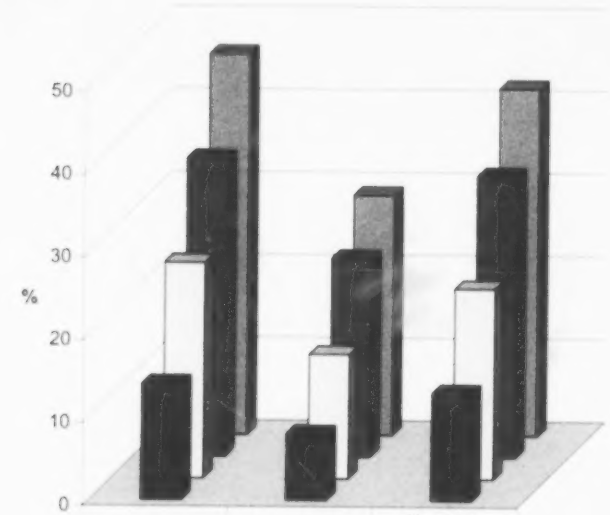
Total
Canada : 16,84 millions
Ensemble : 605,6 millions

Par ailleurs, Statistique Canada estime à 4,7 millions le nombre de ménages canadiens qui étaient branchés à Internet en 2000, dont 3,7 millions (78 %) étaient branchés par téléphone et 1 million (22 %) étaient branchés par câble (c.-à-d. avaient un accès haute vitesse). En outre, plus de la moitié de tous les ménages canadiens comptaient au moins un membre qui se servait régulièrement d'Internet en 2000, soit une augmentation de 42 % par rapport à 1999[7].

En ce qui concerne le nombre d'heures passées en ligne, la figure 4.31 ci-dessous indique que, entre l'été 1997 et l'automne 2000, l'utilisation d'Internet est passée de 4,7 heures par semaine en moyenne à 7,8 heures par semaine chez les Canadiens. Il est intéressant de constater que 35 %

des Canadiens qui se servent d'Internet ont été en ligne pendant 10 heures ou plus par semaine à l'automne 2001.

Figure 4.30 Canadiens ayant un fournisseur d'accès Internet, 1997-2000



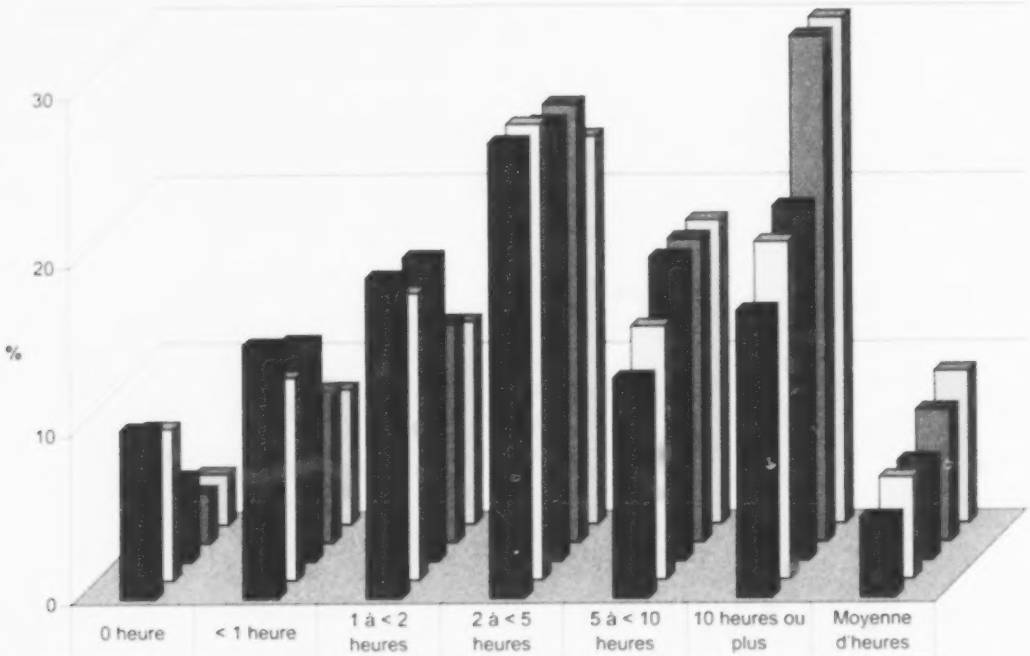
	Anglophones	Francophones	Tous les Canadiens
1997	14	8	13
1998	26	15	23
1999	36	24	34
2000	46	29	42

Tous les Canadiens
2001 : 48%
2002 : 51%

Les tendances

Bien qu'il soit difficile de savoir avec précision à quel équilibre les Canadiens en arriveront pour ce qui est d'Internet et des services de radiodiffusion, il est possible de dégager certaines tendances intéressantes d'après les habitudes des jeunes d'aujourd'hui. La présente section présente les résultats d'une étude réalisée en mars 2000 par Environics Research Group auprès de 1 081 jeunes Canadiens âgés de 6 à 16 ans.

Figure 4.31 Nombre d'heures hebdomadaires passées en ligne chez les canadiens de 18 ans et plus, 1997-2001



	0 heure	< 1 heure	1 à < 2 heures	2 à < 5 heures	5 à < 10 heures	10 heures ou plus	Moyenne d'heures
■ Été 1997	10	15	19	27	13	17	4,7
□ Été 1998	9	12	17	27	15	20	6
■ Automne 1999	5	13	18	26	18	21	5,9
■ Automne 2000	3	9	13	26	18	30	7,8
□ Automne 2001	3	8	12	23	18	35	9,0

La figure 4.32 montre le temps que les jeunes consacrent à la télévision et à Internet. Comme on peut le constater, plus de 70 % des jeunes âgés de 6 à 16 ans en mars 2000 ont déclaré utiliser Internet à l'école et plus de 80 % l'utilisent à la maison. Dans le cas de la télévision, plus de 30 % sont rivés au petit écran plus de trois heures par jour et près de 50% ont affirmé écouter la télévision entre une et trois heures par jour. Dans l'ensemble, plus de 95 % des jeunes ont déclaré regarder un peu la télévision tous les jours.

Figure 4.32 Temps passé à regarder la télévision et à naviguer sur Internet chez les jeunes canadiens, mars 2000

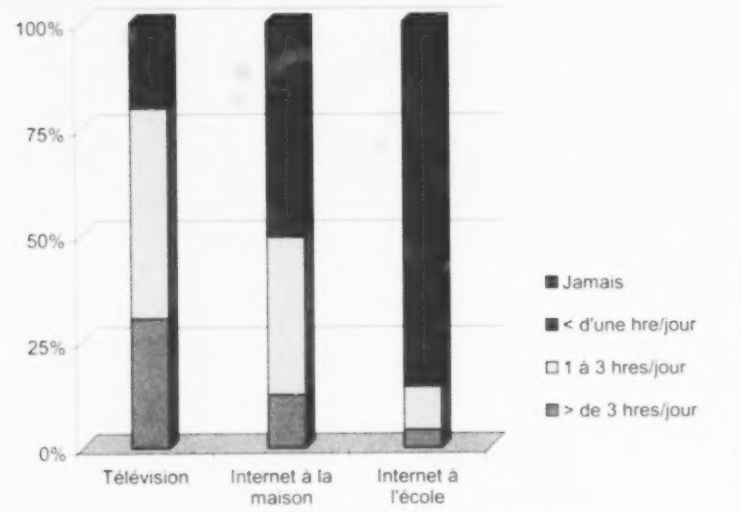
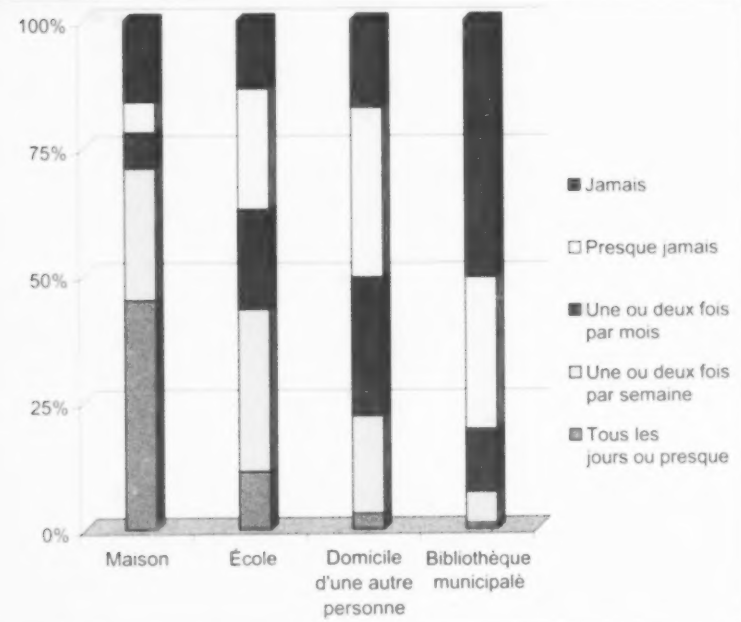


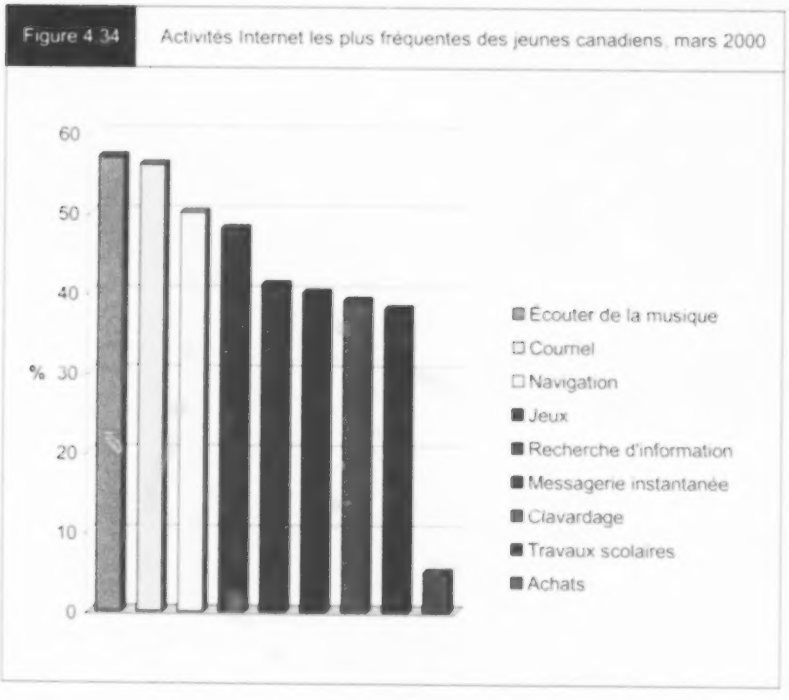
Figure 4.33 Fréquence d'utilisation de l'Internet chez les jeunes canadiens selon l'endroit, mars 2000



La figure 4.33 montre à quelle fréquence les jeunes naviguent dans Internet et où ils l'utilisent. Elle révèle que plus de 70 % des jeunes ont déclaré utiliser Internet à la maison au moins une ou deux fois par semaine en mars 2000. De ce nombre, la majorité l'ont utilisé presque tous les jours. Fait intéressant à noter, ils ont utilisé Internet plus souvent à la maison qu'à l'école. Cela dit, plus de 40 % des répondants ont affirmé utiliser également Internet à l'école au moins une ou deux fois par semaine.

La figure 4.34 montre les activités Internet les plus fréquentes des jeunes Canadiens. Il n'est pas surprenant de constater que les activités les plus fréquentes sont le téléchargement de musique, le courriel, la navigation et les jeux. Il faut aussi signaler que plus de 35 % des répondants ont déclaré qu'ils utilisent également Internet pour faire leurs devoirs.

Figure 4.34 Activités Internet les plus fréquentes des jeunes canadiens, mars 2000



La figure 4.35 montre les types de renseignements que les jeunes Canadiens cherchent dans Internet. On se rend compte que plus de 35 % des jeunes cherchent de l'information d'origine canadienne dans Internet au moins une fois par mois. En outre, plus de 20 % ont cherché des renseignements sur la santé au moins une ou deux fois pendant le mois.

Figure 4.35 Fréquence d'utilisation d'Internet par les jeunes canadiens pour chercher des renseignements précis, mars 2000

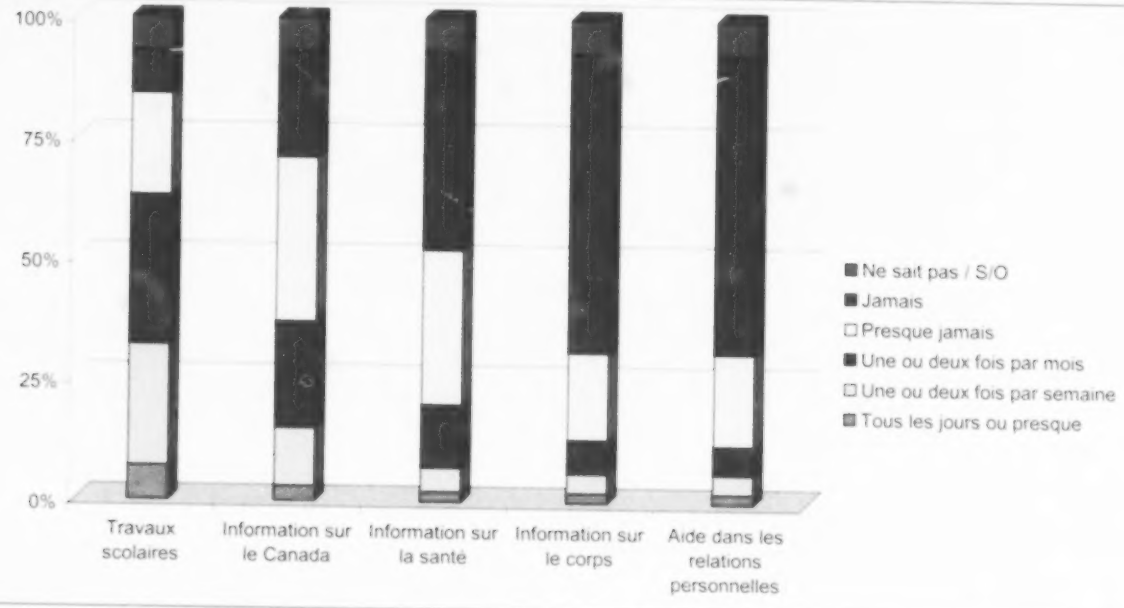
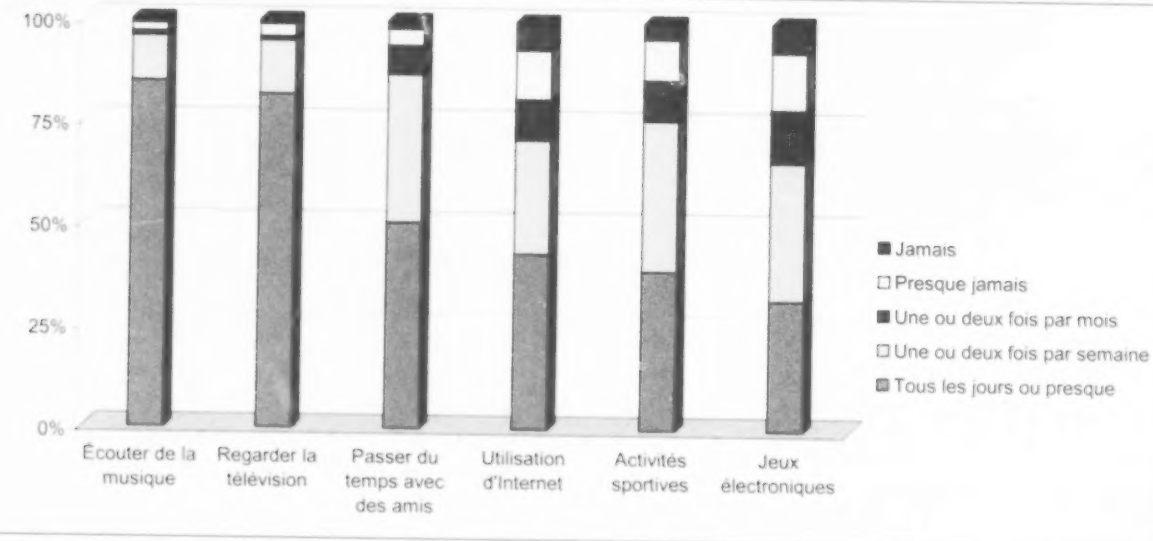


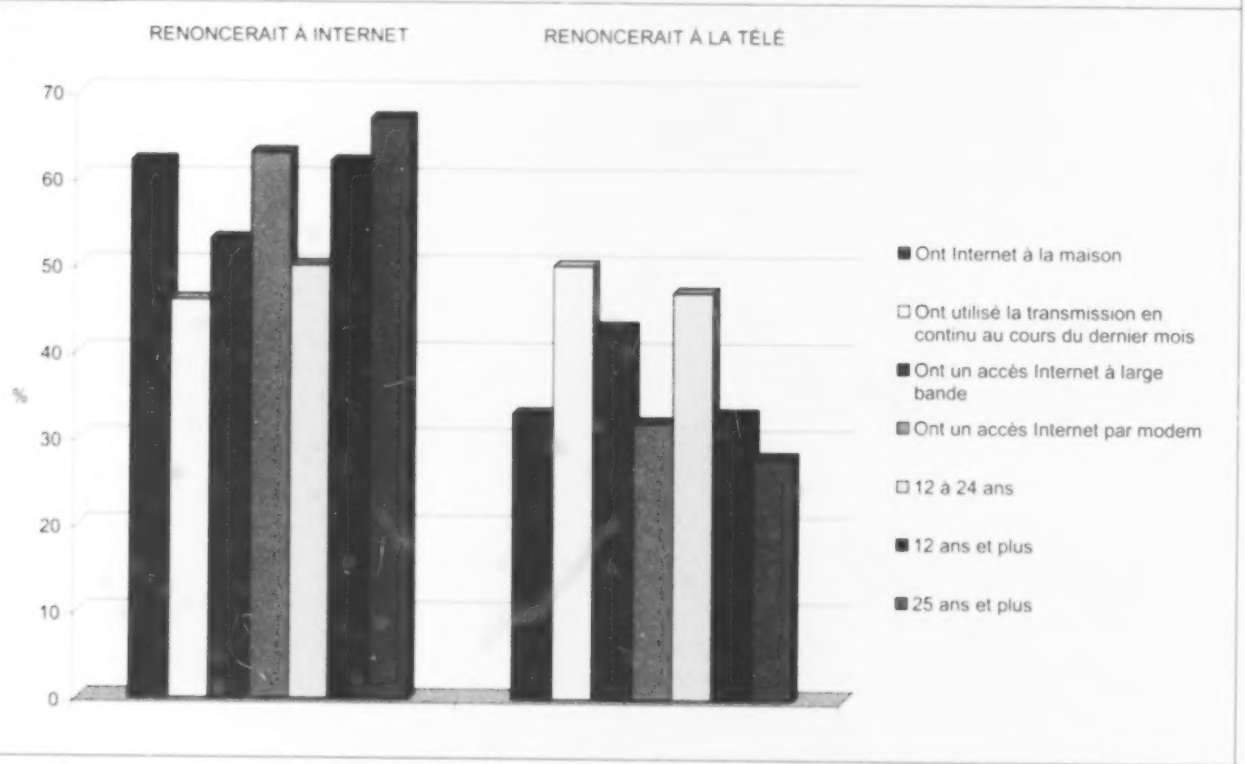
Figure 4.36 Fréquence des activités des jeunes canadiens en dehors des heures de classe



La figure 4.36 montre ce que les jeunes Canadiens ont fait à l'extérieur de l'école en mars 2000. Comme on le voit, plus de 30 % ont joué à des jeux électroniques, moins de 40 % ont pratiqué des sports, plus de 40 % ont utilisé Internet, environ 50 % ont passé du temps avec leurs amis, plus de 80 % ont regardé la télévision et 85 % ont écouté de la musique. Il est évident que les jeunes Canadiens s'adonnent à différentes activités au cours de la journée.

Il ne faut pas s'étonner qu'une étude réalisée en janvier 2001 par Edison Media Research sur les jeunes Américains ait découvert que près de 50 % des utilisateurs regardent parfois la télévision pendant qu'ils naviguent dans Internet (figure 4.37). De plus, on a demandé aux répondants s'ils avaient à choisir entre renoncer à tous les services de télévision ou renoncer à Internet, à quoi renonceraient-ils en premier. Au total, un peu moins de 50 % des répondants âgés entre 12 et 24 ans ont dit qu'ils préféreraient renoncer à la télévision[24].

Figure 4.37 Utilisateurs en ligne actifs prêts à renoncer à Internet ou à la télévision (s'ils étaient forcés à choisir entre les deux), janvier 2001



Il ne faudrait pas sous-estimer l'importance des chiffres présentés dans la figure ci-dessus. Ces chiffres montrent non seulement qu'une proportion considérable de ceux qui ont accès à Internet considèrent Internet comme un service de communication plus important que la télévision, mais que l'utilisation simultanée de la télévision et d'Internet deviendra de plus en plus fréquente.

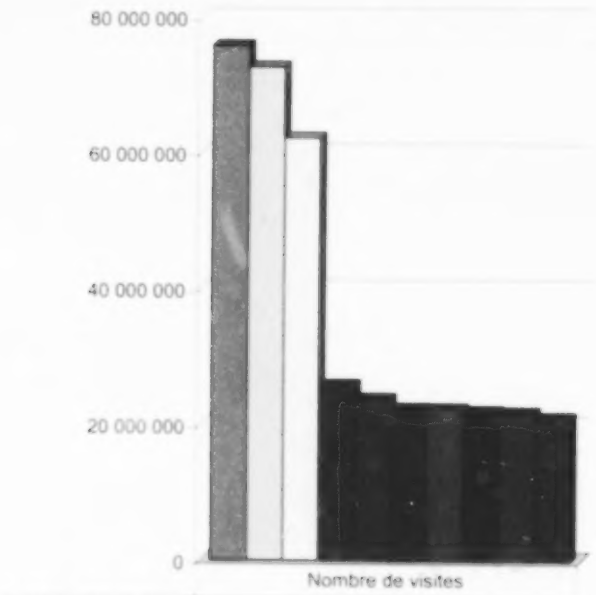
Nous savons que les consommateurs sont également de plus en plus nombreux à exiger une technologie qui assurera l'interconnexion de tous les appareils électroniques qu'ils ont chez eux[25]. Ainsi, d'après une enquête réalisée récemment auprès de ceux qui ont un accès Internet à large bande, plus de la moitié souhaitaient pouvoir accéder aux contenus à partir de n'importe quel écran ou haut-parleur de leur foyer, et ont notamment cité l'enregistrement et la lecture vidéo numériques sur n'importe quel téléviseur ou ordinateur comme élément essentiel d'un foyer réseauté. Le tiers des répondants voulaient également pouvoir écouter la radio en continu ou regarder des séquences vidéo en continu à leurs heures et en se servant des appareils de leur choix[26].

Qu'est-ce qu'on fait en ligne?

Il faut comprendre que l'on utilise Internet pour différentes raisons. Par exemple, en décembre 2002, environ 350 000 téraoctets d'information (environ 1 000 téraoctets par jour) ont été transmis par l'entremise d'Internet[27]. Un téraoctet égale 1 000 gigaoctets ou mille milliards d'octets. Comme il est difficile de saisir ce que sont mille milliards d'octets, imaginons un instant que cela est l'équivalent de 300 années de publication d'un journal assez épais (p. ex., *La Presse*, *Toronto Star*, *New York Times*) ou que deux téraoctets représente une bibliothèque de recherche universitaire.

S'il est difficile de déterminer avec exactitude l'utilisation d'Internet par les individus[28], il est cependant possible d'examiner la circulation autre que la circulation de données[29]. Une manière d'y parvenir est d'examiner les principaux sites Web visités (p. ex., les 10 sites les plus courus). Selon les cotes de Nielsen/Net, les 25 sites les plus visités par des Nord-américains en octobre 2002 allaient de celui de AOL Time Warner (numéro 1) à iVillage (numéro 25). De ces 25 sites, les 10 premiers sont :

Figure 4.38 Les dix sites Web les plus visités par les Nord-Américains, octobre 2002



AOL Time Warner	75 760 015
Microsoft	72 651 569
Yahoo!	62 206 274
Google	25 831 336
Terra Lycos	23 836 419
RealNetworks	22 408 180
eBay	22 368 057
About-Primedia	22 018 131
US Government	21 802 796
Amazon	21 053 983

La durée moyenne passée dans ces sites va de 6 heures dans le cas d'AOL Time Warner à seulement 14 minutes dans celui d'Amazon. Lorsqu'on connaît le contenu de ces sites, on peut déduire pourquoi les gens les visitent. Ainsi, Amazon vend des livres et de la musique, eBay est un site de vente aux enchères, Microsoft vend des logiciels et des mises à niveau et Google est un moteur de recherche. Au moins 4 des 25 sites les plus courus sont des moteurs de recherche — Google, Terra Lycos, Classmates et Ask Jeeves. On peut aussi dire que plusieurs autres sont en réalité des moteurs de recherche spécialisés, qui fournissent de

l'information sur des sujets précis (p. ex., Earthlink, iVillage et InfoSpace Network).

On peut aussi deviner ce pourquoi les individus utilisent Internet en regardant de plus près les mots clés employés dans les recherches d'information. Voici la liste des 10 mots clés que les Canadiens ont utilisés le plus souvent avec le moteur de recherche Google en mars 2003 (figure 4.39) :

Figure 4.39 Les dix mots clés les plus souvent utilisés par des canadiens avec Google, mars 2003

Rang	Mot clé
1	Eminem
2	CNN
3	Christina Aguilera
4	Britney Spears
5	Avril Lavigne
6	Iraq
7	Air Canada
8	Good Charlotte
9	Anime
10	Tatu

Google prépare également un rapport sur les 20 mots clés qui gagnent en popularité ou qui sont en perte de vitesse auprès de ses utilisateurs. La figure 4.40 donne les résultats de mars 2003[10].

Figure 4.40 Les mots clés qui gagnent en popularité ou qui sont en perte de vitesse chez Google en mars 2003

Rang	Gagnent en popularité	En perte de vitesse
1	Al Jazeera	Joe Millionaire
2	Iraq	Nasa
3	Elizabeth Smart	Valentinstag
4	CNN	Michael Jackson
5	SARS	Great White
6	Linkin Park	Norah Jones
7	Formula 1	Chinese New Year
8	Ash Wednesday	Americas Cup
9	NCAA	Orlando Bloom
10	Adrien Brody	Lana Clarkson

Les figures 4.39 et 4.40 nous indiquent que les individus utilisent Internet pour trouver de l'information sur des sujets qui les intéressent : informations, jeux, musique, films, télévision et sports. Cependant, les recherches les plus fréquentes révèlent seulement ce qui est le plus populaire. D'autres études soulignent que les gens utilisent Internet pour des choses plus sérieuses que le pointage final du match de la veille ou la photo d'une célébrité. Internet, par exemple, est également une source importante de renseignements sur le gouvernement, la médecine, l'environnement et l'immobilier. De plus, en juillet 2000, on estimait que 30 millions d'Américains passaient en moyenne « 83,2 heures par année à chercher de l'information à saveur politique dans Internet[11] ».

Bref, la discussion qui précède illustre que les individus utilisent Internet pour une multitude de raisons : de l'information sur la météo, les sports, les divertissements populaires, les services gouvernementaux, etc.

C. Les défis clés

Comme on le mentionnait au chapitre 3, il est facile de prévoir l'essentiel des répercussions des nouvelles habitudes et préférences des téléspectateurs sur l'actuel système de radiodiffusion. L'auditoire va continuer à se fragmenter et la concurrence deviendra plus intense qu'elle ne l'a été par le passé. Au fur et à mesure que s'accroîtra l'offre de programmes, le marketing et l'endroit où les émissions se trouveront sur le spectre des fréquences deviendront de plus en plus importants. Susciter l'intérêt pour une émission qui doit se mesurer à quatre autres émissions est un défi, mais le défi est encore plus grand quand il s'agit d'attirer l'attention sur une émission en concurrence avec 350 autres émissions.

Malgré l'apparente nouveauté du terme, le phénomène de la fragmentation de l'auditoire n'a rien de nouveau. Des vagues de changement semblables ont déjà déferlé sur d'autres médias. Le meilleur exemple est peut-être celui de l'industrie des magazines. Pendant les années 1950, une poignée de magazines populaires attiraient de larges auditoires et trouvaient des lecteurs dans la majorité des ménages d'Amérique du Nord. Les magazines américains les plus populaires étaient *Life*, *Look*, *The Saturday Evening Post* et *Liberty*. Les magazines canadiens les plus populaires des années 1950 comprenaient notamment *Saturday Night*, *Maclean's*, *La revue populaire*, *Le samedi* et les encarts hebdomadaires comme *The Star Weekly*. Presque tous ces magazines ont disparu, ont modifié leur orientation ou ne sont plus publiés que sous forme d'éditions commémoratives pour marquer des occasions spéciales.

Même si certains peuvent déplorer la disparition de ces magazines, le nombre de revues offertes aux lecteurs en 2002 est de beaucoup supérieur à ce à quoi ils avaient accès dans les années 1950. Les magazines d'intérêt général ont presque tous disparu, pour être remplacés par des magazines spécialisés sur le kayak, la décoration intérieure, la pêche à la mouche ou le monde des affaires, etc. Par ailleurs, les magazines d'intérêt général (comme *Châtelaine*) qui ont survécu sont devenus d'une certaine façon des magazines d'intérêt spécialisé (c.-à-d. qu'ils se concentrent sur des sujets intéressant un groupe cible en particulier).

Le monde du livre a connu une évolution semblable. Le nombre de nouveaux titres publiés au cours des 10 dernières années (1990 à 2000) dépasse de beaucoup le nombre total de livres publiés au cours de n'importe quelle décennie dans les 500 ans qui ont suivi l'invention de la presse. Les lecteurs ont ainsi accès à un choix beaucoup plus vaste, et pour

ceux qui impriment et qui vendent des livres, il est maintenant beaucoup plus difficile de tenir compte de centaines de milliers de titres que de quelques milliers de titres. Avec l'accroissement du nombre de titres, le marketing et la promotion ont aussi pris de l'importance. Après tout, comment le lecteur peut-il espérer retrouver un livre en particulier dans une librairie offrant plusieurs centaines de milliers de titres?

Bref, des technologies mises au point à d'autres fins ont révolutionné le monde des magazines et celui des livres et sont maintenant en voie de révolutionner la radiodiffusion. À l'origine, la technologie mise au point pour envoyer de l'information au moyen d'une mince fibre de verre devait être utilisée en médecine ou pour l'inspection de machines, mais il semble maintenant qu'elle va changer l'univers de la radiodiffusion et, par ricochet, la façon dont les Canadiens communiqueront au cours des prochaines années.

Les nombreux défis qui se posent au système canadien de radiodiffusion peuvent sembler difficiles à relever, mais il est bon de se rappeler que les Canadiens, malgré les pressions et l'influence culturelles des États-Unis, ont mis sur pied un système de radiodiffusion qui couvre l'ensemble du pays, qui offre une multitude de choix et qui a produit des succès dans les domaines des informations, des sports, des émissions pour enfants, de la musique, des variétés, des affaires publiques.

Le système s'éloigne inexorablement de la radiodiffusion ou « diffusion à un vaste auditoire » pour se tourner plutôt vers une « diffusion ciblée », voire une « diffusion à destination unique ». Ce dernier type de diffusion s'apparente au fait d'aller sur place louer une vidéocassette. Le consommateur décide de ce qu'il veut regarder, puis prend les dispositions voulues (se rend dans un club vidéo, loue la vidéo qu'il veut regarder, etc.). De nos jours, l'on peut « s'abonner » à un journal et « concevoir » le journal en fonction de ce que l'on souhaite lire. De même, l'on peut déjà « s'abonner » à un service offrant de la musique, des films ou d'anciennes émissions de télévision au moment qui nous convient. Ce genre de service s'apparente au service existant de vidéo sur demande qui offre un choix de films ou d'événements spéciaux que l'on peut regarder au moment que l'on choisit[2].

Le défi consiste à tirer parti de ces succès, à s'attaquer aux domaines problématiques et à mettre en place les conditions nécessaires pour assurer d'autres réussites au cours des prochaines décennies. Au fil des années, les Canadiens seront témoins de changements sans précédent dans le domaine des communications.

Notes en fin de chapitre

1. La transmission vidéo et audio en continu peut être définie comme un moyen de commencer à lire un message pendant que le reste du message continue de s'enregistrer. La transmission en continu fait appel à la compression qui réduit la place qu'occupent la voix, les images et les données afin qu'elles puissent être transmises en moins de temps. La transmission vidéo et audio en continu est utilisée pour la radiodiffusion vidéo et audio dans Internet.
2. Les catégories employées par le CRTC aux fins des exigences de contenu canadien sont les suivantes : nouvelles, analyse et interprétation, sports, émissions dramatiques et comiques (y compris les films), variétés, autres.
3. La notion de « rayonnement » s'utilise toutefois comme un synonyme de « portée » (c.-à-d. pour décrire la mesure dans laquelle un médium joint un groupe de personnes). Dans le présent rapport, « rayonnement » s'entend de la portée géographique d'un médium.
4. Sondages BBM, « Télévision — Terminologie d'usage », www.bbm.ca.
5. *Ibid.*
6. *Ibid.*
7. MediaCourier, « Spot TV Advertising Terms », www.mediainternet.com.
8. Voir www.nielsenmedia.ca.
9. Association canadienne de production de film et télévision, *Profile 2003 : An Economic Report on the Canadian Film and Television Industry*, février 2003.
10. *Ibid.*, p. 32-33.
11. Les données concernant les stations de radio de la SRC se trouvent au chapitre 6.
12. L'annexe 17 fournit les sources des données de toutes les figures que renferme le rapport.
13. Le compteur a une fonction qui demande une réponse du téléspectateur si ce dernier n'a pas changé de station depuis une heure. Cependant, il risque encore de surestimer le temps pendant lequel les gens regardent la télévision.
14. Communiqué, 23 septembre 2003, www.bbm.ca.
15. Étude réalisée par Radio-Canada (données sur l'année de septembre à août); données du CRTC.
16. Neilsen Media Research, Estimations pour janvier 2003.
17. Étude réalisée par Radio-Canada, *Un regard nouveau sur l'écoute du contenu canadien*, 31 mai 2002.
18. Réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, 20 novembre 2001.
19. Canadian Media Research inc., *Trends in Canadians use of TV*, préparé pour l'Association canadienne de production de film et télévision, août 2001. Ce rapport repose sur des données de Statistique Canada.
20. Réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, 27 novembre 2001.
21. *Ibid.*
22. Association canadienne de production de film et télévision, *Profile 2003*, p. 28.
23. Voir www.statcan.ca.
24. Edison Media Research, « The Need for Speed », www.edisonresearch.com.
25. Communiqué, 5 janvier 2001, « Ucentric Systems Announces Key Application Partnerships for Home Networking », voir www.ucentric.com.
26. INT Media Group, 2001, www.cyberatlas.internet.com.
27. « Internet Traffic Tops 350,000 Terabyts Per Month », dans un rapport de Cambridge Telecom, 24 janvier 2003.
28. Il est aussi difficile de distinguer entre la circulation dans Internet au Canada et celle en Amérique du Nord. Ce n'est pas un problème insurmontable, étant donné que l'utilisation d'Internet par les Canadiens n'est pas si différente de celle des usagers des autres pays (p. ex., en Europe, aux États-Unis ou en Australie).
29. Environ la moitié de la circulation dans Internet concerne des données (p. ex., données financières transmises entre deux banques, emplacement géographique des véhicules sur les routes et résultats d'expérience que s'échangent des scientifiques). Ces échanges de données ont généralement lieu entre des personnes qui travaillent pour des établissements (hôpitaux, universités, entreprises). On peut les laisser de côté pour le moment.
30. Par « gagner en popularité », on entend les mots clés les plus souvent utilisés par les internautes pendant une période donnée. Par « en perte de vitesse », on entend les mots clés qui sont de moins en moins utilisés par les internautes, par rapport à une période précédente.
31. Ron Facheux, « Campaigns and Elections », www.findarticles.com.
32. L'inconvénient de la diffusion à destination unique tient au fait que chaque client reçoit un train de données distinct et que la largeur de bande du réseau ne tarde pas à y passer.

Partie 2

ÉTAT DU SYSTÈME

Chapitre 5 : Programmation canadienne

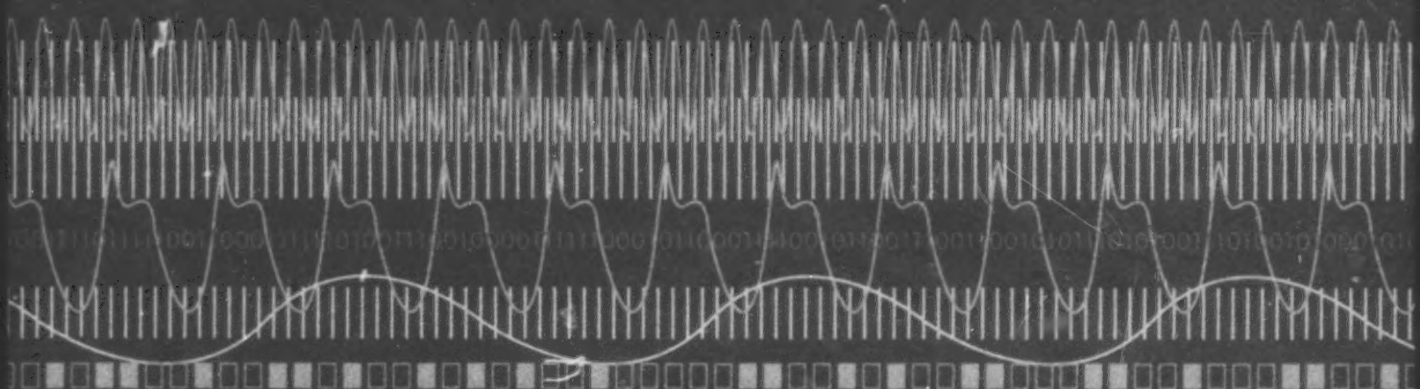
Chapitre 6 : Le radiodiffuseur public national

Chapitre 7 : Radiodiffusion sans but lucratif

Chapitre 8 : Le secteur privé

Chapitre 9 : Radiodiffusion communautaire, locale et régionale

Chapitre 10 : Radiodiffusion autochtone et du Nord



ÉTAT DU SYSTÈME

Chapitre 5

Programmation canadienne

Pourquoi faisons-nous ce métier? Ce n'est pas facile à dire. Par passion, sans doute. Par amour, même. Peut-être aussi pour la gloire — que nous n'atteindrons jamais. Peut-être pensons-nous que cela nous apportera la richesse — ce qui n'est pas vrai. Nous sommes des conteurs et des raconteurs et c'est notre métier.

> ***Ira Levy, membre du conseil d'administration, Association canadienne de production de film et de télévision, réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, 9 mai 2002.***

A. Introduction

Le chapitre précédent révèle pourquoi les télédiffuseurs d'aujourd'hui sont plus que jamais conscients de la nécessité d'une programmation de grande qualité. En effet, la prolifération des services de télévision a mené à la situation suivante : la programmation ne garantit plus un auditoire par défaut. Il s'ensuit que pour les diffuseurs canadiens — tant privé que public ou sans but lucratif — qu'il est beaucoup plus difficile et important qu'auparavant de produire ou d'acheter une programmation de grande qualité qui plaît à la masse.

Toutefois, le problème du diffuseur aujourd'hui, c'est qu'il est très coûteux de produire des émissions canadiennes anglaises qui attireront un vaste auditoire. Et ce, parce que les téléspectateurs, surtout au Canada anglais, se sont habitués aux émissions américaines qui sont de grosses productions, tels *The Sopranos*, *Frasier*, *The West Wing* et *Sex and the City*. Pour compliquer les choses, les émissions américaines se vendent moins cher et sont plus rentables pour les diffuseurs canadiens que s'ils achetaient ou produisaient des émissions canadiennes.

À noter toutefois que ce dilemme particulier est loin d'être nouveau. Au contraire, à l'époque du dernier examen de la *Loi sur la radiodiffusion* au milieu des années 1980, 98 % des dramatiques et des comédies regardées par le Canada anglais étaient des productions étrangères. Reconnaissant ce problème, le gouvernement a introduit progressivement certains programmes et certaines mesures visant à inverser la tendance, et les

ÉTAT DU SYSTÈME

Chapitre 5
Programmation canadienne

Pourquoi faisons-nous ce métier? Ce n'est pas facile à dire. Par passion, sans doute. Par amour, même. Peut-être aussi pour la gloire — que nous n'atteindrons jamais. Peut-être pensons-nous que cela nous apportera la richesse — ce qui n'est pas vrai. Nous sommes des conteurs et des raconteurs et c'est notre métier.

Ira Levy, membre du conseil d'administration, Association canadienne de production de film et de télévision, réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, 9 mai 2002.

A. Introduction

Le chapitre précédent a révélé pourquoi les télédiffuseurs d'aujourd'hui sont plus que jamais conscients de la nécessité d'une programmation de grande qualité. En effet, la prolifération des services de télévision a mené à la situation suivante : la programmation ne garantit plus un auditoire par défaut. Il s'ensuit que pour les diffuseurs canadiens — tant privé que public ou sans but lucratif — qui est beaucoup plus difficile et important qu'auparavant de produire ou d'acheter une programmation de grande qualité qui plaît à la masse.

Toutefois, le problème du diffuseur aujourd'hui, c'est qu'il est très coûteux de produire des émissions canadiennes anglaises qui attireront un vaste auditoire. Et ce, parce que les téléspectateurs, surtout au Canada anglais, se sont habitués aux émissions américaines qui sont de grosses productions, tels *Les Soprano*, *Friends*, *The West Wing* et *Sex and the City*. Pour compliquer les choses, les émissions américaines se vendent moins cher et sont plus rentables pour les diffuseurs canadiens que s'ils achetaient ou produisaient des émissions canadiennes.

À noter toutefois que ce dilemme particulier est loin d'être nouveau. Au contraire, à l'époque du dernier examen de la *Loi sur la radiodiffusion* au milieu des années 1980, 98 % des dramatiques et des comédies regardées par le Canada anglais étaient des productions étrangères. Reconnaissant ce problème, le gouvernement a introduit progressivement certains programmes et certaines mesures visant à inverser la tendance et les

résultats étaient prometteurs. Ainsi, comme nous l'avons vu au chapitre 4, l'offre globale de dramatiques et de comédies canadiennes originales de langue anglaise a beaucoup augmenté depuis les années 1980, passant de 2 % de toutes les dramatiques et comédies en 1984 à 17 % en 2001. Entre-temps la cote d'écoute moyenne de dramatiques et de comédies canadiennes de langue anglaise augmentait modérément, passant de 2 % en 1984 à quelque 4 % à 5 % tout au cours des années 1990 et au début des années 2000.

Or, compte tenu de la taille relative de ces cotes d'écoute — que ce soit en 1984 ou aujourd'hui — on peut comprendre pourquoi bien des témoins — surtout ceux des secteurs de la création — se sont dits insatisfaits de la situation actuelle. Certains ont proposé que le CRTC était à blâmer pour avoir modifié sa définition de « programmation prioritaire » en publiant sa nouvelle politique télévisuelle en 1999. D'autres ont prétendu qu'on a joué graduellement sur la définition de contenu canadien et la complexité et le caractère contradictoire du système afin de financer et de soutenir une programmation canadienne. Entre-temps, d'autres ont argué que, cela est en partie dû au fait que les diffuseurs privés sont tributaires des choix de programmation des réseaux américains et doivent donc reléguer les émissions canadiennes aux créneaux horaires de la fin de semaine et à des périodes de l'année où les Canadiens ne regardent pas la télé. C'est pourquoi de nombreux créateurs sont d'avis que le secteur de la production au Canada est en crise.

Par ailleurs, des arguments contraires ont été soulevés par des diffuseurs et des distributeurs canadiens qui ont souligné que le milieu de la diffusion au Canada est beaucoup plus complexe qu'il ne l'était au milieu des années 1980. De plus, plusieurs témoins ont fait remarquer que ce n'est pas à cause d'un seul facteur qu'il est difficile de produire des émissions canadiennes et d'y intéresser les Canadiens, mais à cause d'une combinaison de facteurs, notamment la fragmentation du paysage télévisuel actuel. C'est pourquoi les diffuseurs privés au Canada ont été si réticents à souscrire aux allégations que la télévision canadienne est en crise.

Il importe de noter que, pour diverses raisons, nous mettrons l'accent dans le présent chapitre sur la télévision de langue anglaise. Ce n'est pas que la télévision de langue française est exempte de défis. Au contraire, la télévision de langue française n'a pas mieux fait que la télévision anglaise au milieu des années 1980 car un fort pourcentage de téléspectateurs canadiens-français regardaient alors des émissions américaines doublées. Depuis, la situation a toutefois beaucoup évolué —

au point qu'aujourd'hui les 20 émissions les plus regardées au Québec sont le plus souvent des productions canadiennes.

Le succès du marché français tient à deux facteurs. Comme des témoins l'ont dit devant le Comité, les diffuseurs en langue française se sont aperçus au milieu des années 1980 que, pour s'affranchir des émissions américaines, il fallait développer un système de vedettariat et produire des émissions permettant aux Canadiens français d'être témoins de leur réalité et de leur communauté. Un autre facteur, difficile à écarter, a joué en parallèle. Comme plusieurs témoins l'ont dit au Comité, le marché francophone a un grand avantage : les auditoires préfèrent des émissions produites dans leur propre langue. Cet avantage a donc permis aux diffuseurs de concentrer leurs dépenses de sorte à toujours pouvoir produire ou acheter des émissions populaires. C'est pour ces raisons, et d'autres encore, qu'il sera très difficile pour des émissions canadiennes-anglaises de connaître autant de succès que n'en connaît depuis quelques années la télévision de langue française.

Ceci ne veut toutefois pas dire qu'il n'y a pas de leçons à tirer de cette expérience. Au contraire, comme nous le verrons au chapitre 8, des efforts ont déjà été faits dans le marché de langue anglaise pour s'inspirer de l'expérience québécoise, non seulement pour revigorer la programmation canadienne-anglaise, mais aussi pour la réinventer.

Mais, dans une large mesure, les différences entre les télévisions anglaise et française au Canada pèsent peu dans les enjeux abordés dans le présent chapitre. Ce qui importe ici, c'est que la bureaucratie a évolué de telle sorte qu'elle est devenue pour bien des créateurs canadiens une expérience troublante et exaspérante. En effet, comme le présent chapitre le révélera, des témoins ont condamné et d'autres loué la manière dont le système canadien soutient la programmation télévisuelle au Canada.

Cela dit, le présent chapitre porte sur l'évolution de la politique télévisuelle canadienne au pays. Nous y examinons le développement de la politique télévisuelle canadienne, les différentes étapes de précision de la définition du contenu canadien, l'introduction de divers mécanismes de financement et l'évolution du régime de réglementation des émissions en matière de priorisation et de diffusion. En guise de conclusion à ce chapitre, nous proposons certaines mesures qui aideront à financer, à produire et à diffuser auprès des Canadiens une programmation en français et en anglais qui soit spécifiquement canadienne.

À noter que le présent chapitre ne traite pas des préoccupations des témoins concernant les émissions de radio au Canada. Ce sujet est abordé au chapitre 8.

B. Politique canadienne de la programmation télévisuelle : 1952-1999

Historiquement, la concrétisation d'une politique canadienne de la radiodiffusion — c'est-à-dire la création d'une programmation télévisuelle de grande qualité et spécifiquement canadienne — a été favorisée par au moins une des stratégies suivantes :

- Dépenses directes du gouvernement par l'intermédiaire d'organismes gouvernementaux ou de sociétés d'État.
- Programmes de subventions pour financer la production d'une programmation canadienne.
- Mesures de protection du marché permettant à des sociétés privées d'interfinancer des émissions canadiennes à partir de leurs profits.

L'accent dans ces stratégies a été mis sur divers éléments selon l'évolution de la technologie, du marché et des préférences des Canadiens.

Au début des années 1950, le gouvernement fédéral a chargé la CBC et la SRC de produire et de diffuser des émissions de télévision à des auditoires canadiens. Étant les seuls diffuseurs durant la plus grande partie de la première décennie de la télévision canadienne, ces deux réseaux ont tenté de répondre à la demande des téléspectateurs pour une programmation américaine en réaménagement leur grille horaire.

À compter de la fin des années 1950, alors que des stations privées ont obtenu des licences et sont entrées sur le marché de la radiodiffusion au Canada, des règlements ont été introduits pour exiger de la télévision d'État et des diffuseurs privés la diffusion d'un certain pourcentage d'émissions canadiennes. Dans le cas du secteur privé, cela signifiait qu'une certaine partie des recettes publicitaires des émissions américaines pouvait être réinvestie dans le but d'acheter ou de créer de nouvelles émissions canadiennes.

Mais cela n'explique pas entièrement pourquoi des diffuseurs canadiens offraient un contenu étranger dans les débuts de la télévision. Il est aussi arrivé que des diffuseurs canadiens — en particulier entre les années 1950 et les années 1980 — ne disposaient pas toujours d'un nombre suffisant d'émissions canadiennes pour compléter leur grille horaire et avaient donc besoin d'émissions américaines pour compléter leur programmation. Suivant l'apparition d'un grand nombre de nouveaux services privés, la SRC et CBC ont éliminé progressivement presque tout contenu étranger afin d'offrir des services plus spécifiquement canadiens.

La politique initiale a réussi à encourager la production d'émissions de nouvelles et de sports; elle a toutefois eut moins de succès dans le cas d'autres types d'émissions, en particulier les dramatiques de langue anglaise. Mais, à mesure que le CRTC autorisait l'élargissement des services de câblodistribution, fragmentant ainsi les auditoires et les recettes publicitaires, la politique initiale était mise encore plus à l'épreuve. Les recettes d'abonnement augmentaient, mais les auditoires étaient fragmentés, de sorte que les recettes globales des diffuseurs étaient insuffisantes pour produire des dramatiques de qualité pouvant rivaliser sur le marché de langue anglaise.

Anticipant la situation, le gouvernement fédéral a publié en 1983 un énoncé de sa nouvelle politique canadienne de radiodiffusion. L'objet de cette politique était de se pencher sur l'évolution des techniques de radiodiffusion et le besoin d'adapter le système canadien de radiodiffusion à l'évolution du marché. Les objectifs de la politique étaient les suivants :

- S'assurer que le système canadien de radiodiffusion demeure un véhicule efficace des politiques sociales et culturelles.
- Offrir à tous les Canadiens un noyau important d'émissions qui les intéressent.
- Augmenter sensiblement le choix d'émissions de toutes sortes dans les deux langues officielles.

Ces objectifs et le constat de la nécessité de rendre plus concurrentiel le système canadien de radiodiffusion ont été les principes sous-jacents qui ont guidé la création du Fonds de développement d'émissions canadiennes de télévision, actif de 1983 à 1996.

Fonds de développement d'émissions canadiennes de télévision

Le Fonds de développement d'émissions canadiennes de télévision, annoncé dans la politique du gouvernement de 1983, visait à favoriser la production et la diffusion d'émissions de télévision de qualité créées par des producteurs du secteur privé. Deux raisons justifiaient ce fonds :

- D'abord, l'octroi de licences à de nouveaux services de radiodiffusion — tendance déjà amorcée — offrirait de nouvelles possibilités aux producteurs canadiens, non seulement ici, mais aussi à l'étranger.

- Deuxièmement, la difficulté inhérente de produire des émissions de qualité pour une petite population, conjuguée à l'accès par les diffuseurs canadiens à des émissions américaines bon marché, limitait la production et la diffusion d'émissions canadiennes, surtout des dramatiques canadiennes de langue anglaise.

Lorsque le Fonds a été créé, le secteur indépendant de la production au Canada n'était pas viable. Le chapitre 8 traite davantage de la genèse de ce secteur mais, en bref, la production indépendante a été en grande partie réalisée à l'interne par CBC, à cette époque la SRC et les diffuseurs privés.

La Société de développement de l'industrie cinématographique canadienne (maintenant Téléfilm Canada) administrait le Fonds de développement d'émissions canadiennes de télévision. Le Fonds permettait aux producteurs indépendants d'obtenir des prêts, des garanties de prêt et une participation au capital équivalant au tiers du coût de production d'un long métrage, d'une dramatique, d'un documentaire, d'une émission de variétés ou d'une émission pour enfants. Les principaux critères d'accès au Fonds étaient :

- Les Canadiens devaient garder la pleine maîtrise sur la création.

- Un diffuseur canadien devait s'engager à diffuser l'émission durant les heures de grande écoute (de 19 h à 23 h).

- Le désir d'encourager la production d'émissions régionales.

Dans l'ensemble, la valeur du Fonds était d'ouvrir 35 millions de dollars, atteignant 60 millions de dollars en 1987, la moitié étant réservée à des productions pour diffusion par la Société Radio-Canada.

Parallèlement à la création du Fonds de développement d'émissions canadiennes de télévision, la Société Radio-Canada a annoncé en 1983 qu'elle augmenterait le contenu canadien durant les heures de grande écoute, de 70 à 80 % en cinq ans. Entre-temps, le CRTC rendait public un énoncé de politique sur le contenu canadien à la télévision, introduisant l'idée d'imposer des conditions de licence pour s'assurer que les télédiffuseurs achètent ou produisent du contenu canadien destiné à être télédiffusé.

Le Fonds de production du câble

En 1993, le CRTC a entrepris d'examiner l'évolution du paysage des télécommunications dans le cadre d'une démarche appelée « Audience publique sur la structure de l'industrie » (Avis public CRTC 1993-74). L'examen visait à s'assurer que les objectifs de la *Loi sur la radiodiffusion* pouvaient toujours être atteints dans le contexte d'évolution rapide de la radiodiffusion au Canada.

Dans le cadre de cette audience, le CRTC a examiné les aspects économiques de la radiodiffusion au Canada et dans quelle mesure il était possible d'atteindre l'objectif fixé à l'article 3 de la *Loi*, lequel stipule que le système devrait « favoriser l'épanouissement de l'expression canadienne en proposant une très large programmation qui traduise les attitudes, les opinions, les idées, les valeurs et une créativité artistique canadiennes ». Le Conseil a conclu qu'il coûte beaucoup plus cher d'acquérir une programmation télévisuelle canadienne qu'une programmation étrangère, qu'elle soit produite à l'interne ou par des sources indépendantes. Cela signifiait que, même si une émission canadienne générait autant de recettes publicitaires et attirait autant de téléspectateurs qu'une émission étrangère, elle serait toujours moins rentable, voire déficitaire. C'est pourquoi le Conseil a conclu qu'un incitatif financier était essentiel pour permettre aux diffuseurs canadiens d'acheter ou de produire des dramatiques, des documentaires et des émissions pour enfants d'origine canadienne. En conséquence, en 1994, le Conseil a décidé de modifier la *Réglementation de la télédistribution* afin de créer le Fonds de production du câble.

L'objet principal du Fonds de production du câble était de faciliter la création et la diffusion d'émissions canadiennes de grande qualité dans les catégories « sous représentées » durant les heures de grande écoute. Le Fonds visait à offrir un complément de droits aux licence pour combler

la différence entre ce qu'offraient les diffuseurs pour chaque émission et ce qui manquait aux producteurs pour réaliser ces mêmes émissions. Le Fonds de production du câble n'a duré que de 1994 à 1996.

Le Fonds de télévision et de câblodistribution pour la production d'émissions canadiennes

Le 9 septembre 1996, la ministre du Patrimoine canadien annonçait la création du Fonds de télévision et de câblodistribution pour la production d'émissions canadiennes (FTCPEC). Le FTCPEC regroupait le Fonds de développement d'émissions canadiennes, doté d'un budget de 100 millions de dollars à l'époque, et le Fonds de production du câble. La justification de la création du Fonds relevait du fait que le marché canadien de la production de la télédiffusion devenait de plus en plus concurrentiel et qu'il fallait « nous assurer d'être en mesure de maintenir et d'accroître la quantité et la qualité des émissions canadiennes alors que nous entrons dans l'ère de la multiplicité des chaînes[1] ».

En 1998, le Fonds de télévision et de câblodistribution pour la production d'émissions canadiennes a été rebaptisé le Fonds canadien de télévision (FCT). Ce fonds repose sur un partenariat public-privé entre quatre groupes distincts : les câblodiffuseurs, les diffuseurs par satellite, le ministère du Patrimoine canadien et Téléfilm Canada. Le FCT sera décrit en détail dans une prochaine partie du présent chapitre.

C. Politique canadienne de programmation télévisuelle : de 1999 à aujourd'hui

Comme nous le verrons plus loin, un thème en particulier a préoccupé la plupart des témoins qui ont comparu devant le Comité; il s'agit des graves conséquences de la politique de radiodiffusion de 1999 du CRTC. Afin de mettre ce débat en perspective, nous résumons ci-après les principaux éléments de la politique du Conseil.

La politique télévisuelle de 1999 du CRTC

Le 11 juin 1999, le CRTC a publié les résultats de sa politique télévisuelle au Canada. Dans son avis public CRTC 1999-97, *La politique télévisuelle au*

Canada : Misons sur nos succès, le conseil a défini cinq principes pour sa nouvelle politique télévisuelle :

- Augmenter le nombre de catégories d'émissions prioritaires.
- Miser en priorité sur la diffusion d'émissions canadiennes aux heures de grande écoute.
- Fournir des crédits aux dramatiques canadiennes.
- Exiger le reflet des réalités locales et régionales.
- Maintenir le niveau existant de contenu canadien.

Les modifications réglementaires à l'appui de ces principes sont entrées en vigueur le 1er septembre 2000. Les prochaines parties traitent du bien-fondé des cinq éléments.

Programmation prioritaire

La notion de « programmation prioritaire », introduite dans la politique télévisuelle de 1999 du CRTC, a élargi et remplacé l'expression « émissions sous-représentées », en usage au Conseil jusqu'alors. La justification de ce changement s'expliquait ainsi :

> Cet élargissement se situe dans le contexte d'une politique plus souple. Étant donné que les dramatiques américaines dominent l'écoute des dramatiques de langue anglaise, cette attitude plus souple bénéficiera de l'expertise canadienne dans plusieurs catégories d'émissions. Le Conseil considère que cette mesure favorisera la compétitivité des émissions canadiennes et contribuera à l'accroissement des exportations[1].

En outre :

> La reconnaissance d'un plus grand nombre de catégories prioritaires élargira également le choix offert aux Canadiens et leur permettra de mieux se retrouver et de mieux s'exprimer dans leur contexte régional. En élargissant ces catégories, le Conseil vise à encourager la production d'émissions à caractère régional. Une telle diversité devrait accroître la synergie entre la télévision traditionnelle et les

services spécialisés et amener plus de téléspectateurs à regarder des émissions canadiennes bénéficiant d'une diffusion accrue[3].

Cela dit, le Conseil a jugé prioritaires les catégories d'émissions canadiennes suivantes :

- Dramatiques et comédies
- Musique, danse et variétés
- Documentaire de longue durée
- Production régionale
- Magazine de divertissements

Le 23 décembre 1999, le CRTC publiait ses définitions d'émissions prioritaires[4]. Pour la catégorie des émissions dramatiques et comiques (appelée catégorie 7), voici la définition retenue : « Productions de divertissement de fiction, incluant des dramatisations d'événements réels. Elles doivent être composées principalement (soit plus de 50 %) de prestations dramatiques ». La catégorie 7 inclut les sous-catégories suivantes :

- séries dramatiques en cours;
- séries comiques en cours (comédies de situation);
- émissions spéciales, mini-séries et longs métrages pour la télévision;
- longs métrages diffusés à la télévision;
- émissions et films d'animation pour la télévision;
- émissions de sketches comiques, improvisation, œuvres non scénarisées, monologues comiques;
- autres dramatiques, incluant notamment les lectures, narrations, improvisions, rubans/films de théâtre en direct non spécialement adaptés pour la télévision, courts métrages expérimentaux et vidéo clips, émissions d'animation continue (par exemple, les spectacles de marionnettes).

Conditions de diffusion

Un changement important a été amorcé avec l'introduction de la politique télévisuelle de 1999 du CRTC : l'abandon des exigences relatives aux dépenses canadiennes comme condition pour l'obtention d'une licence. Ce changement découle du fait que le Conseil a conclu que les diffuseurs dépenseraient forcément de l'argent pour une programmation canadienne de grande qualité tant qu'ils seraient tenus de diffuser un certain nombre d'heures d'émissions canadiennes durant les heures de grande écoute. Comme le Conseil l'a fait remarquer :

> Le système canadien de radiodiffusion évolue dans un environnement de plus en plus compétitif. Dans ce contexte, les titulaires ont besoin de la souplesse requise pour attirer le plus vaste auditoire possible et continuer à accroître leurs recettes publicitaires. Le Conseil croit que, dans ces conditions, les titulaires exigeront des émissions de haute qualité pour fidéliser les auditoires[4].

Ainsi :

> Le Conseil se préoccupe du fait que les présentes exigences en matière de dépenses sont fort complexes et n'offrent pas toujours aux titulaires la latitude requise pour adapter leurs stratégies de programmation à la compétition du marché. De plus, l'inquiétude concernant l'équité de l'application des exigences relatives aux dépenses a commencé à en contre-balancer les bénéfices[5].

Crédits de temps pour les dramatiques canadiennes

Autre élément de la nouvelle politique télévisuelle du CRTC : l'introduction de crédits de temps de 150 % et de 125 % pour les dramatiques canadiennes diffusées durant les heures de grande écoute en remplacement du système existant du crédit de temps de 150 %. Selon le Conseil, les modifications apportées aux crédits de temps visaient à reconnaître : « Qu'en plus de coûter plus cher à créer, à produire et à diffuser, les dramatiques doivent concurrencer les émissions étrangères dont la valeur de production est très élevée[6] ». Par conséquent, à compter de septembre 2000, les groupes de propriétés de stations multiples ont été admissibles à des crédits de temps de 150 % applicables au temps exigé en diffusion d'émissions canadiennes prioritaires pour chaque émission dramatique ou comique diffusée en périodes de grande écoute qui :

a) est diffusée pour la première fois à la télévision à compter du 1er septembre 1998;

b) a une durée d'au moins une demi-heure, incluant un temps raisonnable pour les pauses publicitaires;

c) est reconnue comme émission canadienne et admissible à une cote « C » ou une cote « AS » du Conseil et obtient 10 points;

d) renferme au moins 90 % de contenu dramatique[5].

Pour être admissible, l'émission doit recevoir 10 points sur l'échelle de 10 points utilisée par le Bureau de certification des produits audiovisuels canadiens qui se trouve au ministère du Patrimoine canadien.

Quant aux crédits de 125 %, il est accordé à toute émission qui respecte les trois premières conditions susmentionnées, mais qui renferme moins de 90 % de contenu dramatique.

Reflet des réalités locales et régionales

Le principe du reflet des réalités locales et régionales a été introduit dans la politique télévisuelle de 1999 du CRTC en réponse à la perception d'une baisse du nombre d'émissions locales et régionales de nouvelles et autres. Au sujet des émissions de nouvelles locales, le Conseil a déclaré :

> Le Conseil a examiné attentivement la disponibilité, la rentabilité et la performance des émissions de nouvelles locales dans tout le pays. Il a également étudié l'évolution du milieu de la radiodiffusion et en particulier la multiplication des sources d'information et de nouvelles locales, mises à la disposition des Canadiens. Dans les grands marchés canadiens, les téléspectateurs peuvent choisir parmi les nouvelles locales ou régionales présentées par CBC ou Radio-Canada et par deux à quatre stations privées. De plus, certains canaux de câble communautaire présentent régulièrement des bulletins de nouvelles locaux. Un service spécialisé régional, Pulse 24, fournit des nouvelles et des émissions, principalement dans le sud de l'Ontario. Divers services de l'information sont également disponibles par Internet, pour ceux qui ont besoin d'informations locales particulières ou qui désirent discuter de ces questions.
>
> Le Conseil estime que dans le nouvel environnement de la télévision, les forces du marché permettront aux auditoires de

> continuer à recevoir une diversité de nouvelles locales sans exigences réglementaires[9].

Pour ces raisons, le Conseil a jugé qu'il n'était plus nécessaire que les stations de télévision locale traditionnelles s'engagent quantitativement en ce qui a trait aux émissions de nouvelles locales. Cela dit, il serait toujours normal qu'elles puissent démontrer comment elles entendent satisfaire à la demande et refléter les préoccupations particulières de leurs auditoires locaux par la voie d'émissions de nouvelles locales ou d'autres émissions locales[10].

Concernant les émissions locales et régionales prioritaires (c.-à-d. autres que des émissions de nouvelles), le Conseil s'est dit très préoccupé par leur diminution apparente depuis la fin des années 1980. Il a fait remarquer que :

> Deux grandes raisons expliqueraient cette baisse. Premièrement, par suite de la priorité réglementaire accordée à des émissions de divertissements coûteuses, en périodes de grande écoute, les plus grands télédiffuseurs ont eu de moins en moins de ressources à consacrer aux émissions locales. Deuxièmement, la consolidation de la propriété des stations locales, aux mains de petits groupes de sociétés, a encouragé la direction de ces entités à rationaliser leur exploitation, en réduisant les ressources des stations locales[11].

Cela dit, le Conseil a établi l'obligation pour tous les télédiffuseurs de « démontrer, dans leur demande de licences ou de renouvellement, comment ils entendent satisfaire leurs auditoires locaux et refléter leurs intérêts[12] ».

La question des émissions locales et régionales est traitée au chapitre 9.

Maintien des exigences existantes concernant le contenu canadien

Le cinquième principe de la politique télévisuelle de 1999 du CRTC portait sur le maintien des obligations existantes des télédiffuseurs d'offrir des émissions canadiennes. Sur ce point, le Conseil a été on ne peut plus clair : rien n'exige de modifier les attentes existantes en matière de contenu, qui imposent aux télédiffuseurs privés de consacrer au moins 60 % de leur diffusion annuelle et au moins 50 % de leur diffusion en soirée à des émissions canadiennes[13] ».

Le Conseil a justifié son raisonnement comme suit :

> La *Loi* exige que chaque diffuseur fasse appel au maximum et dans tous les cas, au moins de manière prédominante, aux ressources — créatrices et autres — canadiennes pour la création et la présentation de leur programmation. Les dispositions relatives au contenu canadien ont été un outil important dans l'attente de cet objectif.
>
> Le Conseil fait remarquer que la télévision de jour offre amplement d'occasions aux télédiffuseurs de refléter les préoccupations et les besoins particuliers des collectivités qu'ils desservent. Il ne juge donc pas indispensable de modifier l'exigence réglementaire actuelle en matière de pourcentage de contenu canadien[14].

Comme il ressort de ce qui précède, ces témoins ont vu dans certains aspects de cette politique la cause profonde des problèmes auxquels le système canadien de radiodiffusion est confronté aujourd'hui. Certains témoins étaient particulièrement d'avis que la disparition de dramatiques et de comédies spécifiquement canadiennes des écrans du pays était attribuable à la plus grande souplesse que le CRTC a voulu accorder aux diffuseurs canadiens dans sa politique de 1999. Comme nous le verrons dans une prochaine partie, **le Comité est fort inquiet de ce qu'il a entendu des témoins et il est d'avis qu'il faut agir maintenant pour corriger la situation concernant la politique télévisuelle de 1999 du CRTC**. Pour l'instant, voici un bref aperçu de l'évolution de la notion de contenu canadien.

D. Définir le contenu canadien

Les paragraphes précédents décrivaient le contexte dans lequel la politique télévisuelle canadienne visant à favoriser la production et la diffusion d'émissions canadiennes a évolué au cours des 50 dernières années. À mesure qu'évoluait la politique télévisuelle canadienne, la notion de « contenu canadien » des émissions de télévision s'est peu à peu précisée. La présente partie résume brièvement combien la notion de contenu canadien a évolué dans le temps. Il ne faudrait pas sous-estimer l'importance de ce point. En effet, comme nous le verrons plus loin, la plupart des témoignages sur cette question ont un point en commun : les diverses notions existantes de contenu canadien sont devenues si complexes et si contradictoires que, dans une certaine mesure, les efforts visant à produire une programmation canadienne spécifique sont

maintenant compromis par le système même qui a été conçu pour favoriser et soutenir de tels efforts d'imagination.

Les premières années

La première étude canadienne sur la radiodiffusion réalisée par la Commission Aird en 1928-1929, portait sur la nécessité d'un réseau national de radiodiffusion, mais sa justification, comme nous l'expliquions au chapitre 2, relevait l'absence d'émissions canadiennes[15]. Ainsi, dans la mesure où nous comprenons les concepts modernes de la culture, il est juste d'avancer que la politique de radiodiffusion du Canada était la première politique culturelle de la nation[16].

Depuis cette époque, les exigences relatives au contenu canadien ont évolué considérablement, particulièrement en ce qui a trait à la programmation télévisée. Dans les premières années, le but principal et non exprimé de la télévision était d'élargir la gamme d'émissions offertes aux Canadiens. Plus tard, à mesure que le système de radiodiffusion a pris de l'expansion, pour passer d'un radiodiffuseur public et de quelques heures d'émissions par jour, à plusieurs radiodiffuseurs du secteur privé et plusieurs heures additionnelles de programmation, les règlements ont évolué.

Le Bureau des gouverneurs de la radiodiffusion a instauré des quotas en novembre 1959 pour s'assurer que le système de radiodiffusion serait « fondamentalement canadien en contenu et en caractère ». Le but de ces règlements était d'aider à « préserver l'identité canadienne et renforcer l'unité canadienne[17] ».

Le « contenu canadien » au début était fondé sur la participation d'écrivains, de producteurs, de réalisateurs, d'artistes et de techniciens canadiens, mais les règlements ne prévoyaient pas de taux fixe ou de système de points. Il était entendu toutefois qu'au moins les deux tiers des principaux participants seraient canadiens[18].

Il était décidément plus difficile de définir le « caractère canadien ». Les émissions à « contenu et à caractère fondamentalement canadiens » comprenaient les émissions produites par des Canadiens; les émissions produites dans le Commonwealth ou les pays francophones; les émissions de nouvelles et les commentaires; la diffusion d'événements étrangers faisant intervenir les participants canadiens; la diffusion d'événements

étrangers d'intérêt général pour les Canadiens ainsi que les films canadiens ou les reproductions[17].

Les règlements stipulaient que pendant une période de quatre semaines, au moins 55 % du temps d'antenne d'un réseau ou d'une station devaient être réservés à la programmation canadienne. Les exigences quant au contenu ont été imposées graduellement, en commençant par une exigence minimale de 45 % de programmation canadienne avant le 1er avril 1961, et de 55 % avant le 1er avril 1962. De nombreuses stations ont éprouvé des difficultés à se conformer à l'exigence de 55 % et, par conséquent, les règlements ont été modifiés en juin 1962 pour réduire à 45 % le contenu canadien obligatoire pendant les mois d'été. Cette modification est restée en vigueur au cours des étés de 1963 à 1964. En 1965, l'exigence minimale de 55 % a été rétablie. Les modifications de règlement subséquentes stipulaient un contenu canadien minimal de 40 % de 18 heures à minuit, ainsi qu'un ajustement de la période d'évaluation, de quatre semaines à chaque trimestre de l'année civile.

Comme on devait s'y attendre, ces règlements ont fait l'objet de critiques selon lesquelles ils favorisaient peu la qualité de la radiodiffusion canadienne. D'après une observation sur cette période :

> Il semblait impossible de déceler les caractéristiques propres à la culture canadienne et, en pratique, il n'était pas nécessaire de tenter de le faire. Si les Canadiens avaient une occasion réelle de participer à la radiodiffusion, leur participation aurait tendance à refléter le caractère canadien et à préserver l'identité canadienne[18].

Néanmoins, malgré leur nature controversée, ces premiers règlements ont établi le fondement des efforts subséquents déployés pour réglementer le contenu canadien de la télévision. Comme Paul Rutherford l'a expliqué :

> Au milieu des années 60, un « nouveau nationalisme » s'est emparé de l'imagination de différents écrivains et universitaires. Il fallait chasser le dragon américain et, de plus, adopter une politique ferme pour canadianiser l'industrie des communications[19].

Le contenu canadien aujourd'hui

Les programmes de soutien fédéraux et les organismes connexes utilisent maintenant plusieurs méthodes pour mesurer le contenu canadien. Le

Bureau de certification des produits audiovisuels canadiens (BCPAC), qui relève du ministère du Patrimoine canadien, utilise ce qu'on appelle dans l'industrie la grille du BCPAC. Des producteurs d'émissions remplissent cette grille pour obtenir un crédit d'impôt et celle-ci est exigée par le Fonds canadien de télévision et Téléfilm Canada pour déterminer quelles émissions sont admissibles à des fonds.

La figure 5.1 indique comment la grille fonctionne. D'après cette grille, si une production proposée reçoit 6 points sur une possibilité de 10 points, elle reçoit un certificat de production cinématographique ou magnétoscopique canadienne et devient admissible à un crédit d'impôt pour production cinématographique ou magnétoscopique canadienne.

Figure 5.1 Système de points du Bureau de certification des produits audiovisuels canadiens (BCPAC)

Pour qu'une série soit reconnue comme une production canadienne, un total d'au moins six points doit être accordés selon la grille suivante, pour chaque Canadien ayant fourni ses services.	Points accordés
Productions composées de tournages en direct	
Réalisateur	2
Scénariste	2
Artiste principal(e) pour les services duquel la rémunération la plus élevée était payable	1
Artiste principal(e) pour les services duquel la deuxième rémunération en importance était payable	1
Directeur de la photographie	1
Directeur artistique	1
Compositeur de la musique	1
Monteur de l'image	1
Productions d'animation	
Réalisateur	1
Scénariste et superviseur du scénario-maquette	1
Voix principale pour laquelle la rémunération la plus élevée ou la deuxième rémunération en importance était payable	1
Concepteur surveillant (directeur artistique)	1
Caméraman, si la prise de vue est effectuée au Canada	1
Compositeur de la musique	1
Monteur de l'image	1
Maquette et arrière-plan, si le travail est effectué au Canada	1
Animation clé, si le travail est effectué au Canada	1
Animation secondaire et interpolation, si le travail est effectué au Canada	1

Le CRTC utilise également la grille du BCPAC et d'autres critères pour déterminer les programmes canadiens et, par extension, déterminer si le radiodiffuseur a consacré un pourcentage de diffusion minimale au contenu canadien. La figure 5.2 indique les exigences en matière de contenu canadien du CRTC pour les divers types de radiodiffuseurs.

Figure 5.2	Exigences relatives à la diffusion de contenu canadien
Radiodiffuseur	Exigences
Télévision CBC / SRC	75 p. 100 : jour de radiodiffusion 80 p. 100 : 19 h à 23 h
Télédiffuseurs privés	60 p. 100 : pour l'ensemble de l'année 50 p. 100 : de 18 h à minuit
Services de télévision payante et spécialisée	15 p. 100 à 100 p. 100
Services de télévision à la carte	Ratio de 1 à 20 entre les films canadiens et étrangers Ratio de 1 à 7 entre les événements canadiens et étrangers

Toutefois, le système de points existant pour évaluer le contenu canadien est beaucoup plus complexe que les paragraphes précédents peuvent le laisser entendre. Outre les 10 points du BCPAC utilisés par le Fonds Canadien de télévision, le système de soutien fédéral comporte un ensemble de définitions contradictoires, de critères supplémentaires et de points épars, sans mentionner plusieurs autres éléments utilisés par les divers systèmes de soutien provinciaux et territoriaux. En 2002, par exemple, le FCT a utilisé le critère de « l'élément visible » pour déterminer l'admissibilité des émissions à un montant supplémentaire aux droits de licence. La figure 5.3 indique les critères de 2002 du FCT pour la catégorie des variétés et des arts de la scène.

Figure 5.3	Critères relatifs à « l'élément visible canadien » pour la programmation de variétés et des arts de la scène, 2002
Critères relatifs au projet	Points (maximum de 15)
Tous les artistes principaux et les vedettes sont canadiens.	7,5
L'ensemble du projet est axé sur un sujet canadien.	7,5
Pour les émissions de variétés, les droits sous-jacents d'au moins les deux tiers du matériel de production doivent appartenir uniquement à des Canadiens.	7,5
Dans les arts de la scène, le travail sous-jacent doit être écrit, composé ou créé uniquement par des Canadiens.	7,5

Bref, le système actuel de certification du contenu canadien, de financement et de production d'émissions canadiennes est caractérisé

avant tout par un ensemble de mesures subjectives et objectives fort complexes et interdépendantes qu'utilisent divers organismes au sein du réseau canadien de radiodiffusion pour déterminer à quel point une production télévisuelle est canadienne, ou ne l'est pas, et devrait, ou ne devrait pas, être subventionnée. Comme nous le verrons plus loin, ce système irrite bien des témoins. Pour l'instant, nous examinerons les diverses sources directes et indirectes de financement qui sont à la disposition des Canadiens pour les aider à réaliser des émissions de télévision canadiennes.

E. Aide financière

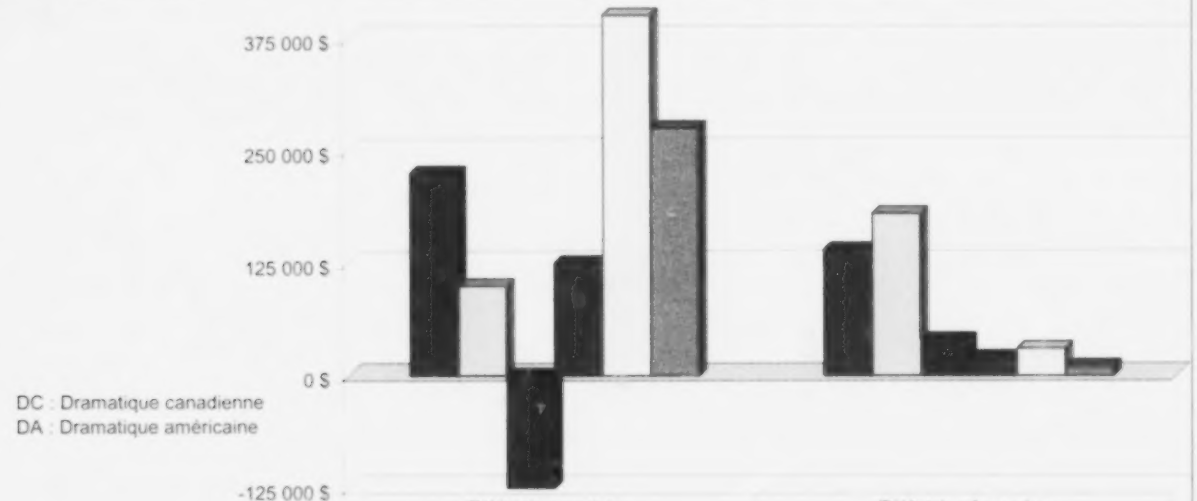
Depuis le début de la radiodiffusion privée au Canada, le cadre réglementaire exige des diffuseurs privés canadiens qu'ils contribuent au développement de la programmation canadienne. Pour ce faire, les diffuseurs privés ont utilisé les recettes provenant d'émissions étrangères profitables pour produire ou acheter des émissions canadiennes moins profitables.

La figure 5.4 contient des estimations des coûts, des recettes et des profits pour la télédiffusion d'une heure de dramatique canadienne. Comme nous pouvons le constater, malgré les subventions et les recettes des publicités, le diffuseur canadien de langue anglaise réalise en moyenne une perte nette de quelque de 125 000 $ pour chaque heure de dramatique canadienne et un profit net de quelque 275 000 $ pour chaque heure de dramatique américaine. Dans le marché francophone, il est toutefois possible de dégager un profit modeste avec une dramatique canadienne, étant donné que ces émissions sont populaires et qu'elles coûtent moins cher à produire.

Des témoins ont toutefois dit au Comité que la pression exercée sur le modèle d'interfinancement était actuellement préoccupante. Nous reviendrons sur le sujet au chapitre 8. Pour l'instant, arrêtons-nous aux principales causes de cette situation. La première, c'est que le prix des émissions américaines pourrait augmenter, comme l'a indiqué M. Alain Gourd, vice-président exécutif, Bell Globemedia :

> Les radiodiffuseurs utilisent depuis des années la programmation populaire américaine pour subventionner ce genre de contenu

Figure 5.4 Estimation des coûts, revenus et profits de la diffusion à la télévision canadienne d'une dramatique d'une heure, 2000-01 (dollars canadiens)



	Télévision anglaise	Télévision française
DC : Coût de licence par heure	225 000 $	140 000 $
DC : Recettes publicitaires par heure	100 000 $	180 000 $
DC : Profit par heure	-125 000 $	40 000 $
DA : Coût de licence par heure	125 000 $	20 000 $
DA : Recettes publicitaires par heure	400 000 $	30 000 $
DA : Profit par heure	275 000 $	10 000 $

canadien. Les émissions américaines sont toutefois de plus en plus chères, et le modèle économique traditionnel est en voie de s'effondrer. Nous avons, à CTV, élaboré une stratégie afin d'assurer le succès de la programmation canadienne, en particulier chez nous, et cela à partir des bases jetées par la politique télévisuelle du Canada à partir de laquelle nous nous efforçons de créer une programmation canadienne de plus en plus populaire et, disons le mot, rentable[3].

Les données des diffuseurs privés sur les dépenses au chapitre des émissions au Canada indiquent que cela pourrait être le cas. Comme nous le verrons au chapitre 8, les dépenses des diffuseurs canadiens pour des émissions étrangères ont augmenté considérablement depuis quelques années, du moins en partie à cause des fluctuations du dollar canadien.

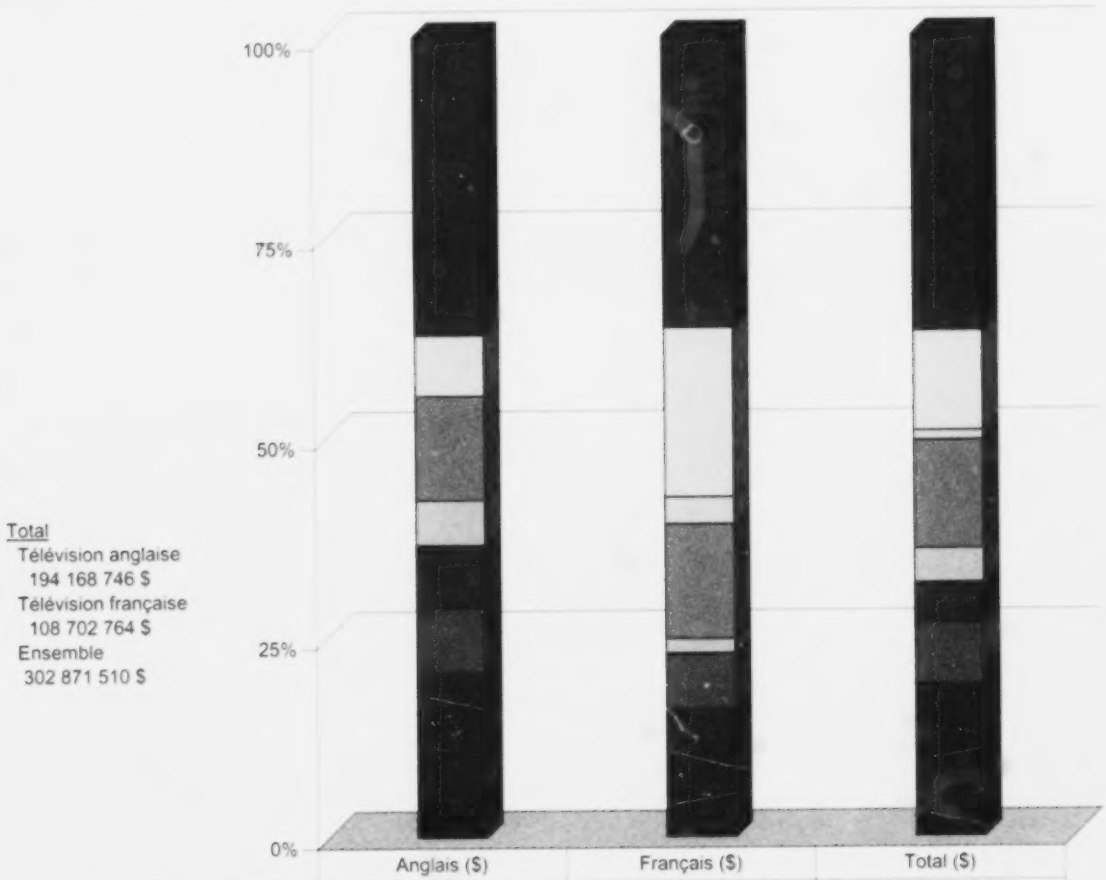
Une deuxième cause, c'est que les producteurs d'émissions de télévision américaines pourraient décider de ne pas vendre certaines émissions à des diffuseurs canadiens. Ainsi, si un diffuseur américain sait qu'il peut augmenter ses tarifs publicitaires et tirer profit des retombées au Canada, il pourrait décider plutôt de vendre ses droits pour les États-Unis et le Canada à un réseau américain[21].

Une troisième possibilité, c'est que les producteurs pourraient, dans un avenir proche, trouver un moyen de vendre leurs émissions directement aux téléspectateurs, court-circuitant ainsi les diffuseurs, tant américains que canadiens. Cette question, qui a été abordée au chapitre 4, pourrait très bien se poser car il est de plus en plus facile d'obtenir des émissions sur demande, par exemple par l'Internet.

Bref, étant donné le coût de production d'une heure de télévision canadienne de haute qualité, on peut comprendre pourquoi il y a très peu d'émissions produites sans l'aide du contribuable canadien. Comme bien des témoins l'ont expliqué, le marché canadien est simplement trop petit pour soutenir un niveau raisonnable de programmation de haute qualité, surtout des dramatiques canadiennes de langue anglais. C'est pourquoi les gouvernements fédéral et provinciaux doivent unir leurs efforts pour aider à financer la plupart des émissions canadiennes qui sont diffusées sur nos écrans. En effet, si nous prenons l'exemple des dramatiques canadiennes de langue anglaise, au moins la moitié environ de tous les coûts — sous la forme de paiement du Fonds canadien de télévision (FCT) et de crédits d'impôt fédéraux et provinciaux — sont financés directement ou indirectement par le contribuable canadien. Les ventes à l'étranger et les fonds privés de télévision financent presque entièrement le reste.

La figure 5.5 donne une idée de la répartition des coûts de production des dramatiques canadiennes en termes du niveau global de financement accordé par le Fonds canadien de télévision. Comme nous pouvons le voir, en 2001-2002, le Fonds canadien de télévision a contribué pour près de 112 millions de dollars (37 %) au financement total de toutes les dramatiques ainsi subventionnées. De plus, la CBC-SRC a contribué pour près de 40 millions de dollars (13,5 %), le gouvernement fédéral a ajouté 23 autres millions de dollars (7,6 %) et les gouvernements provinciaux, 35 autres millions de dollars (11,5 %). Étant donné que 60 % environ du budget du FCT provient de fonds publics, cela signifie que pour les productions subventionnées par le FCT, les citoyens canadiens ont contribué pour plus de la moitié (150 millions de dollars environ) des fonds requis pour produire des dramatiques spécifiquement canadiennes

Figure 5.5 Distribution du financement pour la production des dramatiques et comédies canadiennes subventionnées par le Fonds canadien de la télévision, 2001-02



	Anglais ($)	Français ($)	Total ($)
■ FCT	72 279 069	39 553 992	111 833 061
□ Télé. conventionnelle	14 777 069	23 072 229	37 849 516
□ Télé. éducative	0	3 625 372	3 625 372
■ SRC/CBC	25 303 398	15 597 394	40 900 792
□ Télé. payante/spéc.	10 969 710	1 951 000	12 920 710
□ Étrangers	0	0	0
■ Distributeurs	15 100 938	165 000	15 265 938
■ Gouv. fédéral	15 752 920	7 405 169	23 158 089
■ Gouv. prov.	19 464 142	15 295 762	34 759 904
■ Producteurs	12 181 954	1 186 846	13 368 800
■ Fonds privés	7 533 778	850 000	8 383 778
■ Autres, Canada	805 550	0	805 550

en 2001-2002. Autrement dit, si une heure de dramatique canadienne subventionnée par le FCT coûte 1 million de dollars, les contribuables ont contribué pour au moins 500 000 $ à la création de cette heure.

Avec ces données économiques en toile de fond, nous tenterons maintenant d'établir un profil des principales sources de financement direct et indirect pour la production d'émissions canadiennes. Ces sources sont : le Fonds canadien de télévision, Téléfilm Canada, l'Office national du film, les crédits d'impôts, l'aide provinciale et territoriale et les fonds privés.

Le Fonds canadien de télévision

Comme nous l'avons déjà mentionné, le Fonds canadien de télévision (FCT) est un partenariat public-privé doté d'un budget annuel de quelque 250 millions de dollars. Parmi les émissions subventionnées, mentionnons *This Hour has 22 Minutes*, *Cold Squad*, *Un gars, une fille* et *Histoires de filles*. Le gouvernement du Canada, les câblodistributeurs et les fournisseurs de service de diffusion directe par satellite contribuent au Fonds. Il s'agit d'un organisme indépendant sans but lucratif, dirigé par un conseil d'administration formé de représentants des secteurs de la télévision, de la câblodistribution, de la production et de la distribution de films et d'émissions télévisées, ainsi que de représentants du ministère du Patrimoine canadien et de Téléfilm Canada.

Le FCT a pour mandat :

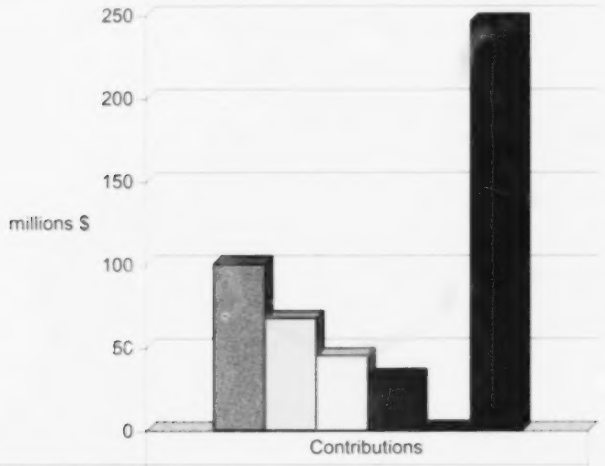
- De favoriser le financement et la radiodiffusion de productions télévisuelles canadiennes de haute qualité.

- De refléter la réalité canadienne auprès des Canadiens en facilitant la création et la radiodiffusion, durant les heures de grande écoute, d'émissions canadiennes de haute qualité et de grande valeur culturelle, dans les deux langues officielles, dans les catégories des dramatiques, des émissions pour enfants, des documentaires et des émissions de variétés et les arts de la scène, par les deux milieux de langues officielles, majoritaire et minoritaire.

- De soutenir les productions en langue autochtone dans les catégories admissibles.

La figure 5.6 donne la ventilation des sources de financement du FCT en 2001-2002. Comme nous pouvons le constater, le gouvernement fédéral a été le plus grand bailleur de fonds en 2001-2002, fournissant 100 millions de dollars par l'entremise du ministère du Patrimoine canadien et 45 millions de dollars par l'entremise de Téléfilm Canada. À noter toutefois que le budget total pour les productions financées directement et indirectement pat le Fonds en 2001-2002 était de 802,2 millions de dollars (voir la figure 5.8).

Figure 5.6 Ventilation des contributions au Fonds canadien de télévision, 2001-02



	Contributions
Patrimoine Canada	100
Câblodistribution	67,4
Téléfilm Canada	45
Entreprises de SRD	32,5
Réseau de télévision Global (Fonds POP)	1,2
Total	246,1

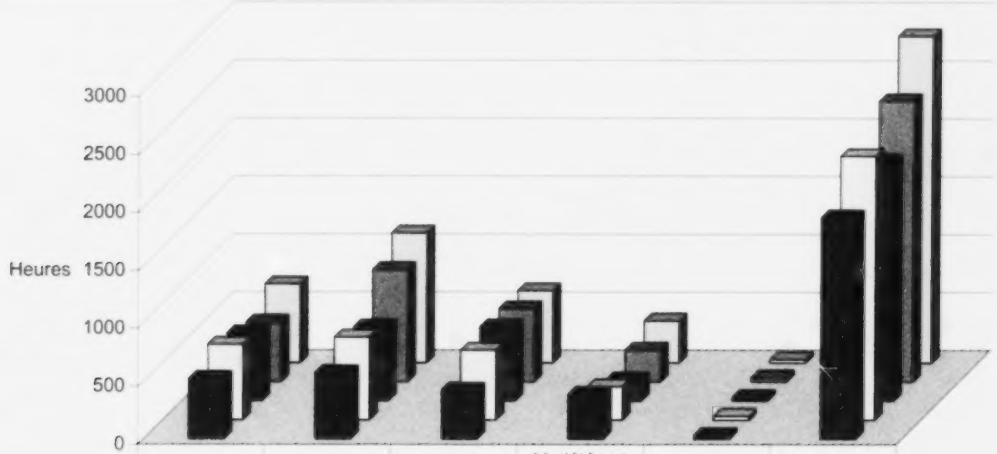
Cela dit, le Comité constate qu'en février 2003, le gouvernement fédéral a renouvelé son appui au FCT pour deux autres années, avec une contribution de 150 millions de dollars. Autrement dit, la valeur de la participation du gouvernement du Canada au FCT sera de 75 millions de dollars durant les deux prochains exercices financiers, soit 25 millions de dollars de moins que les années précédentes.

> Le Comité condamne la décision du gouvernement fédéral de réduire sa contribution au Fonds canadien de télévision et l'exhorte de revoir sa décision.

En effet, comme le démontrera le présent rapport, le système canadien de radiodiffusion est fort complexe et fort interdépendant. Le manque à gagner de 25 millions de dollars représente des pertes beaucoup plus grandes pour l'ensemble des secteurs de la production et de la radiodiffusion canadienne. Ainsi, avec un financement moindre, il est certain que certaines productions — dont certaines prévues par la CBC et la SRC — n'obtiendront ancune subvention. De plus, sans aide du FCT, certaines productions seront annulées, privant d'emploi des Canadiens, sans mentionner la perte d'émissions originales et spécifiquement canadiennes qui auraient été créées autrement.

La figure 5.7 contient d'autres données sur l'influence que le Fonds canadien de télévision exerce sur le secteur canadien de la radiodiffusion. Cette figure indique que le Fonds canadien de télévision a grandement

Figure 5.7 Nombre d'heures totales de programmation subventionnée par le Fonds canadien de télévision, 1997-2002

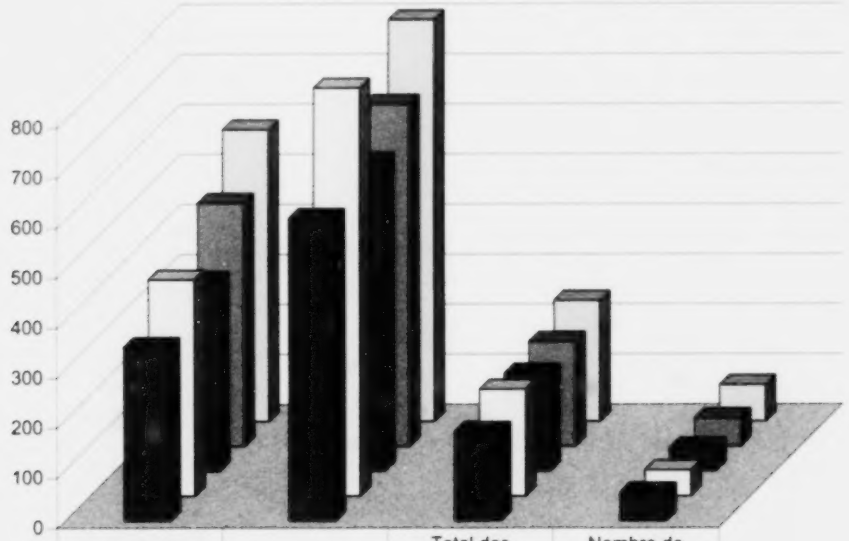


	Enfants	Documentaires	Dramatiques / comédies	Variétés et arts de la scène	Longs métrages	Total
1997-98	517	568	418	380	28	1 911
1998-99	647	713	600	285	33	2 278
1999-00	583	634	638	181	30	2 065
2000-01	513	968	631	275	37	2 424
2001-02	682	1 121	624	364	32	2 822

contribué à la création d'émissions canadiennes depuis 1997-1998. Ainsi, dans la catégorie des dramatiques, le Fonds a contribué au cours de chacune des quatre dernières années à la création d'au moins 600 nouvelles heures de dramatiques canadiennes. Il est aussi impressionnant de constater l'augmentation constante de la production de documentaire, passant de 517 heures en 1997-1998 à plus de 1 120 heures en 2001-2002. De même, l'aide totale a augmenté sans cesse, de quelque 1 900 nouvelles heures en 1997-1998 à plus de 2 800 nouvelles heures de programmation en 2001-2002.

La figure 5.8 indique la valeur totale des projets appuyés par le FCT et les diffuseurs participants entre 1997 et 2002. Elle révèle que l'aide du FCT et des diffuseurs participants a augmenté assez régulièrement durant la période, le nombre total de projets appuyés passant de 347 en 1997-1998

Figure 5.8 Valeur totale des projets subventionnés par les radiodiffuseurs participants et le Fonds canadien de la télévision, 1997-2002



	Nombre de projets subventionnés	Total des devis	Total des contributions du FCT	Nombre de télédiffuseurs participants
■ 1997-98	347	604,0 $	177,6 $	56
□ 1998-99	432	814,6 $	212,6 $	51
■ 1999-00	380	617,7 $	195,2 $	47
▩ 2000-01	486	682,8 $	209,2 $	56
□ 2001-02	583	802,2 $	241,4 $	73

à 583 en 2001-2002. Elle indique aussi une augmentation graduelle (quoique irrégulière) de la valeur totale des contributions du FCT, dont le total est passé de 177,6 millions de dollars en 1997-1998 à 241,4 millions de dollars en 2001-2002. Quant à la valeur totale des projets appuyés par le FCT, elle a fluctué quelque peu, les budgets totaux des productions se situant entre 600 et 800 millions de dollars.

Une demande de financement peut être faite par la voie d'un des deux programmes du Fonds : le Programme de droit de diffusion ou le programme de participation au capital, ce dernier étant administré par Téléfilm Canada. Ces deux programmes sont décrits ci-après.

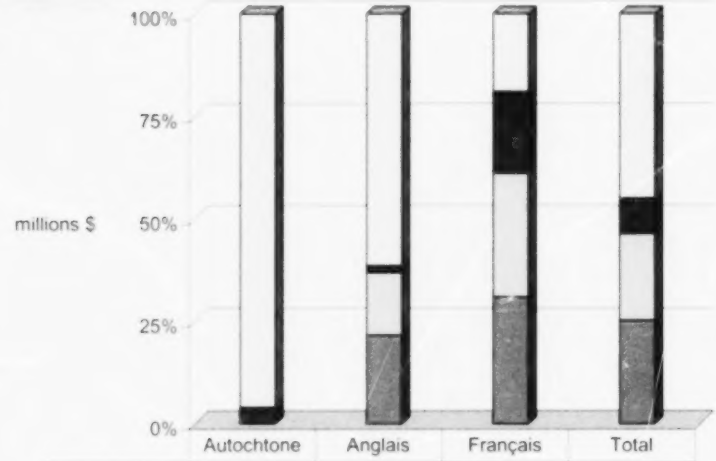
Le programme de droits de diffusion

Le Programme de droits de diffusion (PDD) contribue à la production de téléfilms et de longs métrages sous la forme d'un complément non recouvrable aux droits de diffusion que les diffuseurs doivent payer pour acquérir une émission. Pour qu'un projet soit admissible à une aide du programme, les droits de diffusion doivent être acquittés par un diffuseur canadien, qu'il s'agisse d'une chaîne traditionnelle, éducative, payante ou spécialisée. Les contributions du PDD varient en général de 15 % à 35 % du coût total de production. En 2001-2002, le PDD a contribué pour 138 millions de dollars, soit 17 % du budget total de production des projets subventionnés. Quant aux diffuseurs, ils ont fourni 230 millions de dollars, soit plus de 30 %, pour la production de projets financés par le Fonds. La figure 5.9 indique les contributions totales des diffuseurs canadiens aux droits de diffusion en 2001-2002.

Le Programme de participation au capital

Le Programme de participation au capital (PPC) peut défrayer jusqu'à 49 % des coûts admissibles d'un projet pour la production d'émissions de télévision et de longs métrages canadiens sous la forme d'un investissement direct en argent. L'objet du programme est de recouvrer ses investissements. Toutefois, il arrive souvent qu'il n'y a pas de recouvrement, l'investissement du Programme se transformant alors dans la pratique en une subvention. Le Programme contribue également à la réalisation d'émissions de télévision et de longs métrages en fournissant des avances. En 2001-2002, le FCT a ainsi distribué quelque 4,5 millions de dollars pour 252 projets. Téléfilm Canada administre l'enveloppe du PPC au nom du Fonds canadien de télévision.

Figure 5.9 Droits de diffusion payés par les radiodiffuseurs canadiens pour des projets subventionnés par le Fonds canadien de télévision en 2001-02



	Autochtone	Anglais	Français	Total
□ Spéc /payant	1,2	84,7	17,2	103,2
■ Éducatif	0,05	2,3	18,2	20,1
□ Privé	0,0	21,0	27,5	48,6
■ CBC/SRC	0,0	29,8	28,2	58,0

Total
Autochtone : 1,25 $
Anglais : 137,8 $
Français : 91,2 $
Ensemble : 230,3 $

Téléfilm Canada

Téléfilm Canada est un organisme culturel fédéral voué au développement et à la promotion de l'industrie canadienne du film, de la télévision et de la musique. Téléfilm relève du ministère du Patrimoine canadien.

Téléfilm a pour mission d'offrir à l'industrie un appui financier et stratégique qui vise la production d'œuvres de qualité — longs métrages, dramatiques, documentaires, émissions pour enfants, émissions de variétés et produits pour les nouveaux médias — reflétant la société canadienne, avec sa dualité linguistique et sa diversité culturelle. Son budget actuel est de quelque 230 millions de dollars, dont 45 millions sont allés au FCT en 2001-2002.

Grâce à son soutien, la Société favorise la plus large diffusion possible des œuvres canadiennes au pays et à l'étranger en appuyant les activités de distribution, d'exportation, de doublage, de marketing et de promotion de

l'industrie dans les festivals, marchés et autres événements nationaux et internationaux. Téléfilm Canada a cinq bureaux dont quatre au Canada, soit à Montréal, Toronto, Vancouver et Halifax et un bureau européen à Paris.

L'Office national du film

Créé en 1939, l'Office national du film (ONF) est un organisme public qui produit et distribue des films et d'autres œuvres audiovisuelles qui présentent la réalité canadienne aux Canadiens et au reste du monde. Depuis ses débuts, l'Office a joué un rôle important en cinématographie, ici et à l'étranger. Son fondateur et premier commissaire du gouvernement à la cinématographie, John Grierson, voulait « faire en sorte que l'ONF soit l'œil du Canada; faire en sorte que, par un cinéma vraiment national, l'ONF capte tous les aspects de ce pays : les hommes qui le peuple, aussi bien que les idéaux qu'il cherche à réaliser[24]. »

Financé par des crédits parlementaires annuels de 60,6 millions de dollars, l'Office national du film est un centre unique de création d'œuvres audiovisuelles. Il a toujours pour mandat de produire et de distribuer des films et d'autres œuvres audiovisuelles destinés à faire connaître et comprendre les réalités sociales et culturelles du Canada aux Canadiens et aux autres nations.

Les films de l'ONF sont produits dans les deux langues officielles dans le cadre de ses programmes anglais et français, par des réalisateurs tant internes qu'indépendants de toutes les régions du pays. L'ONF maintient des installations de production à Vancouver, Edmonton, Winnipeg, Toronto, Ottawa, Montréal, Québec, Moncton et Halifax.

L'ONF a mis sur pied un réseau de distribution avec des partenaires du secteur public (bibliothèques publiques et scolaires) et du secteur privé (distributeurs, catalogueurs, chaînes de cinéma, clubs vidéo, etc.) pour s'assurer que ses films et ses vidéos soient accessibles et que l'ONF soit présent dans l'ensemble des provinces et territoires. Les productions de l'ONF sont souvent diffusées par des chaînes traditionnelles et spécialisées, et les Canadiens peuvent acheter les vidéos de l'ONF en composant son numéro sans frais ou en consultant son catalogue virtuel sur le site Internet de l'ONF. À l'étranger, l'ONF a des bureaux à Londres, Paris et New York.

Bref, l'ONF est un organisme intégré de production et de distribution qui possède une vaste collection de films, un laboratoire de conservation et des installations de postproduction et de recherche et développement situés dans les locaux de son centre d'opération à Montréal. Son service de relations gouvernementales est situé à Ottawa alors que ses services de communication et de distribution, son service des ressources humaines et ses services administratifs sont essentiellement regroupés à Montréal.

Crédits d'impôt

Les crédits d'impôt constituent un moyen indirect de soutien de la production télévisuelle canadienne. Le Bureau de certification des produits audiovisuels canadiens (BCPAC) administre le Crédit d'impôt pour production cinématographique ou magnétoscopique canadienne (CIPC) et le Crédit d'impôt pour services de production cinématographique ou magnétoscopique (CISP) de concert avec l'Agence des douanes et du revenu Canada (ADRC).

Le CIPC a pour objectif d'encourager les émissions canadiennes et l'essor d'un secteur national dynamique de la production. Ce crédit entièrement remboursable peut atteindre jusqu'à 12 % du coût total d'une production admissible, moins les montants d'aide reçus ou à recevoir. Dans le cadre du programme CIPC, le BCPAC s'acquitte de deux fonctions distinctes : 1) reconnaissance du contenu canadien et 2) estimation des dépenses de production admissibles. Pour qu'une production soit admissible à titre de contenu canadien aux fins du crédit d'impôt par l'entremise du BCPAC, elle doit respecter des critères précis relativement aux coûts clés du personnel de création et du projet. Le CIPC est disponible au taux de 25 % des salaires et traitements admissibles encourus après 1994. Les salaires et traitements admissibles au crédit d'impôt ne peuvent pas dépasser 48 % du coût de production, moins les montants d'aide reçus, et doivent être attestés par le ministre du Patrimoine canadien. Par conséquent, le crédit d'impôt peut apporter une aide équivalente à 12 % des coûts de production, moins les montants d'aide reçus.

Le Crédit d'impôt pour services de production cinématographique ou magnétoscopique (CISP) a pour but d'accroître la popularité du Canada en tant que lieu de choix pour la production de films et de vidéos qui emploient des Canadiens de talent, de renforcer l'industrie et d'attirer les investissements. Il correspond à 11 % de la dépense de main-d'œuvre admissible au Canada.

Aide provinciale

L'aide provinciale est en grande partie fournie sous la forme d'aide directe et de crédits d'impôt. Dix organismes provinciaux et deux organismes territoriaux contribuent grandement aux secteurs canadiens du film, de la télévision et des nouveaux médias[23]. Au total, ces organismes ont contribué pour quelque 213,1 à 272,8 millions de dollars par année entre 1999 et 2002 aux secteurs canadiens du film, de la télévision et des nouveaux médias. Cela comprend des contributions variant entre 39,6 et 43,8 millions de dollars en subventions directes assorties de divers instruments de financement tels que l'aide au développement, le financement à la production allant de la participation au capital à des subventions, l'aide à la commercialisation, l'aide au perfectionnement professionnel, le financement des festivals et l'aide au développement des organismes et des sociétés.

Les crédits d'impôt constituent un instrument essentiel pour nombre d'organismes provinciaux, le total annuel passant de 173,5 à 230,9 millions de dollars entre 1999 et 2002. Les organismes provinciaux et territoriaux répartissent leur aide fort différemment dans le pays. Certaines provinces comme la Colombie-Britannique, la Saskatchewan, le Manitoba, la Nouvelle-Écosse, l'Île-du-Prince-Édouard, le Nouveau-Brunswick, le Québec et Terre-Neuve offrent une aide directe et des avantages fiscaux; certains, comme l'Ontario, ont opté pour un régime de crédits d'impôt plus élevés; d'autres, comme l'Alberta, le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest n'ont aucun régime de crédits d'impôt, et n'offrent que de l'aide directe. Pour plus de détails sur les divers programmes d'aide provinciaux et territoriaux, consultez l'annexe 9.

Aide du secteur privé

Outre le Fonds canadien de télévision qui reçoit quelque 150 millions de dollars par année d'aide du secteur privé, des diffuseurs par câble et par satellite, il existe plusieurs fonds privés plus modestes. L'annexe 9 énumère et décrit un grand nombre de ces fonds.

F. Ce que le Comité a entendu

Les paragraphes précédents ont donné une idée de la complexité de la situation dont les témoins ont parlé devant le Comité. La présente partie

porte sur ce que le Comité a entendu. D'abord, nous faisons quelques observations sur quelques différences profondes entre les marchés anglais et français de la radiodiffusion au Canada. Puis, nous résumons brièvement ce que les témoins ont dit au Comité sur la situation de la programmation télévisuelle au Canada.

Les marchés de la télévision anglaise et française

L'évolution des programmations de langue française et de langue anglaise a été abordée au chapitre 4, dans l'introduction du présent chapitre ainsi que dans le chapitre 8. Une description sommaire des différents types de programmation est utile, mais elle ne permet pas de saisir certaines des différences fondamentales entre les deux marchés. Pour diverses raisons, le marché canadien de langue française a beaucoup mieux réussi dans la création d'émissions qui attirent beaucoup de téléspectateurs que le marché de langue anglaise. Les raisons principales sont liées au fait que les créateurs de langue française en général ne rivalisent pas directement avec les producteurs de langue française de France ou les producteurs de langue anglaise du Canada et des États-Unis. D'autres raisons sont attribuables à l'effet combiné de certains facteurs : créativité, ingénuité, développement d'un système de vedettariat indigène et aide gouvernementale. Ainsi, il est rare au Canada anglais que la cote d'écoute d'une dramatique canadienne atteigne 10 %, mais il est fréquent dans le marché canadien de langue française qu'elle atteigne de 20 à 30 % ou plus pour des productions canadiennes.

Constellation des vedettes du Québec

Radio-Canada à Montréal, ainsi que les diffuseurs privés du Québec, ont soutenu et soutiennent toujours un vedettariat florissant.

L'évolution de la radiodiffusion et de la télédiffusion au Québec, comme dans d'autres régions du pays, est complexe et se fait sur plusieurs plans : techniques de communication de pointe, publicité et budgets, producteurs et équipes techniques, créateurs et artistes de la scène. Néanmoins, c'est le rôle central joué par les artistes, surtout les artistes de la scène et les auteurs, dans le développement de la radiodiffusion au Québec qui est remarquable et probablement unique au Canada, et nous pouvons conclure que les cotes d'écoute élevées obtenues par les émissions françaises d'ici sont étroitement liées à l'identification, à l'encouragement et à la promotion

Il importe aussi de se rappeler que le succès des émissions canadiennes de langue française ne se limite pas à quelques mini-séries exceptionnelles, mais qu'il s'agit d'un phénomène qui s'applique à une longue liste de téléséries comme *Fortier*, de mini-séries comme *Omerta*, d'émissions de variétés comme *Deux filles le matin*, d'émissions pour enfants comme *Watatatow*, de téléromans comme *Virginie* et de comédies comme *La Petite Vie* et *Un gars, une fille*.

Dans une certaine mesure, les défis auxquels font face les producteurs d'émissions de langue anglaise au Canada sont tout à fait différents de ceux que doivent relever leurs homologues de langue française. Les émissions de télévision de langue anglaise ont toujours eu à rivaliser avec des émissions des États-Unis, un pays possédant un secteur de la télévision et du film bien établi qui produit des émissions qui attirent non seulement les Canadiens de langue anglaise, mais aussi des auditoires partout dans

le monde. Ce défi a été reconnu par la Commission royale sur la radiodiffusion en 1957 :

> Le problème de l'influence des États-Unis sur le Canada, ce n'est pas surtout que les émissions de télévision américaines sont trop médiocres, mais que beaucoup sont, dans un certain sens, trop bonnes... Le foisonnement artistique aux États-Unis permet de produire des émissions fort diversifiées et fort intéressantes. La prospérité matérielle des Américains leur permet de retenir les services d'auteurs et d'acteurs excellents et les meilleures compétences techniques en matière de production d'émissions[26].

À cause de cette capacité d'attirer les meilleurs talents, il a toujours été très facile pour la plupart des Canadiens de langue anglaise compétents — écrivains, producteurs ou acteurs — de migrer vers le sud et de travailler aux États-Unis. La liste des Canadiens de talent qui ont travaillé aux États-Unis constitue un vrai nec plus ultra et y figurent des noms aussi célèbres que Dan Aykroyd, Pamela Anderson, Raymond Burr, Neve Campbell, James Cameron, John Candy, Jim Carey, Sarah Chalk, John Colicos, James Doohan, David James Elliot, Dave Foley, Michael J. Fox, Tom Green, Graham Greene, Lorne Greene, Paul Gross, Phil Hartman, Jillian Hennessy, Michael Ironside, Norman Jewison, Rich Little, Norm MacDonald, Raymond Massey, Lorne Michaels, Colin Mochrie, Rick Moranis, Carrie-Anne Moss, Mike Myers, Kate Nelligan, Leslie Nielson, Catherine O'Hara, Matthew Perry, Mary Pickford, Christopher Plummer, Jason Priestley, William Shatner, Martin Short, Jessica Steen, Donald Sutherland, Dave Thomas et Scott Thompson.

Autre facteur, les avantages qu'offre la taille du marché américain. Pour parler simplement, le marché américain de la télévision est assez grand qu'il peut soutenir, sans subvention, un important secteur du film et de la télévision dans lequel quelques succès peuvent aisément compenser le coût des nombreux films et téléséries qui ne connaissent pas de succès.

Cette réalité ressort du témoignage de M. Richard Stursberg devant le Comité :

> ... les plus belles émissions aux États-Unis, des émissions comme *The West Wing* ou *ER*, elle coûte environ 2,2 millions de l'heure. ...bien sûr si les Américains peuvent dépenser de telles sommes, c'est parce qu'ils ont une base de population beaucoup plus grande que le Canada anglais, de sorte que les coûts peuvent être répartis sur une base très large...

de vedettes populaires et bien connues dans les secteurs de la radiodiffusion et du divertissement au Québec.

Une étude du dernier demi-siècle de programmation télévisuelle au Québec confirme clairement le rôle essentiel que les vedettes populaires au Canada français ont joué dans la viabilité et la popularité de cette programmation. Souvent, c'est l'émission qui a lancé une vedette (Marina Orsini dans *Les Filles de Caleb*, ou encore, c'est la vedette qui a lancé l'émission (Olivier Guimond dans *Cré Basile*). Or, pendant un demi-siècle d'évolution et de croissance, la naissance, le maintien et la célébration des vedettes ont été des constantes dans les secteurs de la radiodiffusion et du divertissement au Québec. Autre point intéressant, on pourrait affirmer qu'un phénomène semblable s'est produit au festival de Stratford durant la même période, et encore, le rôle des artistes qui y ont été et y sont toujours adulés a été déterminant dans le succès du festival. En effet, la plupart, sinon la totalité, des vedettes principales du festival sont des artistes de la scène reconnues ici et à l'étranger.

Au fil des ans, une symbiose s'est installée entre le public québécois et les artistes et auteurs qui le divertissent. Ce lien va bien au-delà de l'admiration et de la satisfaction. Il faudrait plutôt parler ici d'une histoire d'amour et d'une célébration continues entre le public et ses artistes. La relation est à la fois dynamique et interactive : l'artiste fait vivre une époque et un lieu que tous peuvent partager et, en retour, le public écoute ce que les artistes ont à dire et célèbre leurs succès.

En effet, il y a lieu d'établir un parallèle entre l'adulation que voue le public québécois à ses idoles du sport, tels Richard, Béliveau et Boucher, et celle que lui inspire ses artistes, tels Deschamps, Michel et Lapointe[27]. Le public québécois adule autant ses artistes de la scène et de l'écran que ses idoles du hockey. Dans un contexte national, ce phénomène est sans doute aussi unique à la province de Québec.

L'économie de la production de dramatiques

L'industrie de la production d'émissions américaines de télévision est toujours prête à investir des sommes énormes dans la réalisation et le pilotage d'une seule heure de dramatique ou de comédie malgré des chances de succès très faibles. Le facteur de risque est évalué en général à dix émissions pilotes pour une acceptée — et bien d'autres émissions basées sur des concepts et des scripts de qualité n'atteignent jamais l'étape pilote. Enfin, bien des émissions diffusées ne durent pas un an.

C'est cette volonté d'accepter de subir de lourdes pertes pour une seule émission à succès qui empêchent tant les producteurs d'ici de rivaliser. Une dramatique pilote américaine coûterait plus de 5 millions de dollars US, et les coûts courants seraient d'environ la moitié de ce montant (sans oublier que les coûts sont variables dans ce domaine — et qu'ils grimpent les saisons suivantes si l'émission est un succès, alors que les vedettes renégocient leur contrat).

La production de dramatiques/comédies anglaises étant financée à hauteur de 191 millions de dollars canadiens[39], toutes sources confondues, nous pourrions, si nous adoptions le modèle américain, produire 10 émissions pilotes et 2 séries d'une durée totale de quelque 36 heures par année. Il est évident que le Canada ne joue pas dans la même ligue. Le Fonds canadien de télévision ne peut subventionner suffisamment d'épisodes ou de séries pour influer vraiment sur l'écoute.

La machine de production américaine peut générer un tel niveau d'investissement à risque parce que le marché mondial des dramatiques et des comédies américaines est si grand que, lorsqu'une émission est un succès, elle produit en effet d'énormes recettes. Si elle dure assez longtemps pour passer en reprise sous licence, comme ce fut le cas de *Cheers*, *Seinfeld* et les *Simpsons*, elle peut être rentable pendant plus d'une décennie.

Il est théoriquement possible qu'une série d'un autre pays connaisse ce genre de succès. Bien sûr, des séries tournées au Canada ont eu un très grand succès, mais les investissements, les acteurs, les scripts, les décors imposants étaient américains[40].

Que faudrait-il pour qu'une série dramatique produite à partir d'idées originales, du génie créateur et de fonds canadiens soit un succès international?

> Généralement les émissions canadiennes rapportent de 65 000 à 90 000 $ pour une heure de dramatique, et comme elles sont particulières, elles se vendent très peu à l'étranger. Si c'est tout l'argent que l'on peut récolter, il n'est pas possible de faire des émissions susceptibles de concurrencer en qualité les émissions à 2,2 millions de dollars de l'heure. C'est pour cette raison que c'est subventionné. Nous subventionnons cette production jusqu'à concurrence d'environ 1 million de dollars de l'heure, et les radiodiffuseurs privés canadiens paient plus que ce qu'ils gagnent sur les émissions canadiennes anglaises. Mais il est évident que si nous ne faisons pas cela, aucune dramatique ou autre émission canadienne anglaise ne serait faite, étant donné les facteurs économiques en jeu[37].

Il y a au moins deux autres facteurs qui nuisent aux producteurs canadiens anglais. D'abord, les dramatiques américaines coûtent en moyenne aux heures de grande écoute environ 2 millions de dollars[38], alors que certaines émissions — tel un épisode pilote — coûte bien davantage. Comme Mme Loren Mawhinney, vice-présidente, production canadienne, Global Television Network, a expliqué au Comité :

> ... le budget de production de la dernière émission de *Traders*, les 13 épisodes, est inférieur à celui de l'émission pilote d'une heure de [*The*] *West Wing*, créée la même année. En effet, la saison complète de *Traders* coûte 12 millions de dollars tandis que l'émission pilote d'une heure [*The West Wing*] coûte environ 14 millions[39].

Traitant du même sujet, M. Alain Gourd, vice-président exécutif de groupe, Services généraux, Bell Globemedia Inc., faisait remarquer :

> ... en termes de valeur de production, une émission comme *Cold Squad* a une valeur de production de près de 1 million de dollars, alors que l'investissement total dans une production de [*The*] *West Wing*, qui varie d'un épisode à l'autre, peut atteindre de 3 à 5 millions de dollars[40].

De plus, comme le coût total d'émissions telles *The West Wing* est facile à recouvrer dans le marché américain, les recettes additionnelles provenant de la vente d'émissions à l'étranger et de la vente de vidéos ou de DVD constituent un pur profit, de sorte que les réseaux américains peuvent vendre leurs émissions aux réseaux canadiens à très bas prix. Comme M. R.H. Thomson, acteur, auteur et diffuseur, Alliance of Canadian Cinema, Television and Radio Artists, l'a expliqué au Comité :

> Les producteurs américains vendent au-dessous de leur prix de revient sur notre marché. Nous ne pouvons pas vendre au-dessous de notre prix de revient sur notre propre marché et nous faisons donc l'objet d'un dumping culturel. Pour pouvoir conserver une marge de manœuvre dans ce cadre économique et être en mesure effectivement de produire des émissions canadiennes qui vont être regardées, nous avons besoin d'ajustement structurel...[1]

Les objectifs du système de financement

Le Comité a entendu bien des choses sur la façon dont les objectifs culturels du système actuel régissant le contenu canadien sont établis et mesurés. M. Richard Stursberg, qui était à l'époque président et directeur général du Fonds canadien de télévision, a décrit sommairement au Comité comment le système de financement des émissions de télévision canadiennes fonctionne :

> Traditionnellement, on a toujours défini la télévision canadienne d'après un système de points. C'est ainsi que procède le CRTC et c'est aussi ce que fait le BCPAC... pour certifier les émissions en rapport avec les crédits d'impôt... Chez nous, pour être admissible à un financement, il faut avoir la totalité des 10 points, et de plus satisfaire aux trois autres exigences dites fondamentales...
>
> Premièrement, le projet doit s'adresser aux Canadiens et refléter des thèmes et des sujets canadiens. Deuxièmement, il doit être tourné et situé principalement au Canada. Et troisièmement, il faut que les droits originaux soient développés par des Canadiens de façon significative et fondamentale.
>
> Les émissions canadiennes industrielles sont extrêmement importantes. Ce sont elles en fait qui constituent les deux tiers du total, et elles sont essentielles pour permettre aux acteurs, aux auteurs, aux cameramen et aux metteurs en scènes de continuer à travailler et pour assurer le fonctionnement de toute l'infrastructure du système. Mais le tiers qui reste, les émissions spécifiquement canadiennes, sont celles qui sont importantes au plan culturel, en ce sens que ce sont des émissions faites par et pour des Canadiens, au sujet des Canadiens[2].

Cela peut sembler simple, mais de nombreux témoins ont dit au Comité que le système de financement des émissions canadiennes est devenu une expérience extrêmement complexe et exaspérante. Comme des témoins l'ont expliqué, les divers systèmes de points ont au fil des ans été ajustés,

La plupart des ingrédients sont là. Nous ne manquons pas d'artisans. Et Hollywood regorge de vedettes et d'écrivains canadiens-anglais. Il est un peu faux de dire qu'il n'y a pas au Canada anglais de « vedettariat » comme au Québec. Il y en a un, mais les vedettes, lorsqu'elles ont du talent, poursuivent souvent leur carrière à New York ou à Los Angeles plutôt qu'à Toronto ou Montréal.

Le premier ingrédient qui fait défaut au Canada, c'est le capital de risque comme aux États-Unis. Et ce n'est probablement pas un secteur où la politique gouvernementale peut être utile; radier neuf investissements dans l'espoir d'obtenir un seul succès n'est pas une pratique commerciale bien conforme au principe de la reddition de comptes publics. Radier des sociétés de production en entier — celles qui ne produisent pas de succès — serait aussi inacceptable. Dans un régime de subvention, tous les producteurs réussissent en général à survivre et à faire un profit modeste mais suffisant.

Le deuxième ingrédient qui fait défaut, c'est — ou cela semble être — des textes originaux canadiens capables de devenir des succès internationaux. Le FCT est un instrument de politique culturelle qui vise à sensibiliser les Canadiens à leurs propres idées et à leurs propres réalités. L'importance des sommes dont il dispose se justifie du fait que le produit contiendra des éléments « spécifiquement » canadiens, des particularités dans l'intrigue ou le décor qui le rendront plus assimilable à une expérience canadienne qu'à d'autres.

Bien sûr, le marché américain est rarement réceptif aux émissions à caractère étranger. Et il est impossible de convaincre des investisseurs de risquer des sommes importantes dans une émission peu accrocheuse pour le marché américain. En général, on est d'avis que, pour réaliser un projet uniquement à partir de ressources canadiennes, il faut en fait produire une émission américaine. Mais, même si c'était le cas, il n'est pas certain que notre industrie pourrait maintenir le niveau de risque et d'échec qui caractérise le modèle américain.

L'économie de la production de dramatiques

L'industrie de la production d'émissions américaines de télévision est toujours prête à investir des sommes énormes dans la réalisation et le pilotage d'une seule heure de dramatique ou de comédie malgré des chances de succès très faibles. Le facteur de risque est évalué en général à dix émissions pilotes pour une acceptée — et bien d'autres émissions basées sur des concepts et des scripts de qualité n'atteignent jamais l'étape pilote. Enfin, bien des émissions diffusées ne durent pas un an.

C'est cette volonté d'accepter de subir de lourdes pertes pour une seule émission à succès qui empêchent tant les producteurs d'ici de rivaliser. Une dramatique pilote américaine coûterait plus de 5 millions de dollars US, et les coûts courants seraient d'environ la moitié de ce montant (sans oublier que les coûts sont variables dans ce domaine — et qu'ils grimpent les saisons suivantes si l'émission est un succès, alors que les vedettes renégocient leur contrat).

La production de dramatiques/comédies anglaises étant financée à hauteur de 191 millions de dollars canadiens[13], toutes sources confondues, nous pourrions, si nous adoptions le modèle américain, produire 10 émissions pilotes et 2 séries d'une durée totale de quelque 36 heures par année. Il est évident que le Canada ne joue pas dans la même ligue. Le Fonds canadien de télévision ne peut subventionner suffisamment d'épisodes ou de séries pour influer vraiment sur l'écoute.

La machine de production américaine peut générer un tel niveau d'investissement à risque parce que le marché mondial des dramatiques et des comédies américaines est si grand que, lorsqu'une émission est un succès, elle produit en effet d'énormes recettes. Si elle dure assez longtemps pour passer en reprise sous licence, comme ce fut le cas de *Cheers*, *Seinfeld* et les *Simpsons*, elle peut être rentable pendant plus d'une décennie.

Il est théoriquement possible qu'une série d'un autre pays connaisse ce genre de succès. Bien sûr, des séries tournées au Canada ont eu un très grand succès, mais les investissements, les acteurs, les scripts, les décors imposants étaient américains[14].

Que faudrait-il pour qu'une série dramatique produite à partir d'idées originales, du génie créateur et de fonds canadiens soit un succès international?

> Généralement les émissions canadiennes rapportent de 65 000 à 90 000 $ pour une heure de dramatique et comme elles sont particulières elles se vendent très peu à l'étranger. Si c'est tout l'argent que l'on peut récolter, il n'est pas possible de faire des émissions susceptibles de concurrencer en qualité les émissions à 2,2 millions de dollars de l'heure. C'est pour cette raison que c'est subventionné. Nous subventionnons cette production jusqu'à concurrence d'environ 1 million de dollars de l'heure et les radiodiffuseurs privés canadiens paient plus que ce qu'ils gagnent sur les émissions canadiennes anglaises. Mais il est évident que si nous ne faisons pas cela, aucune dramatique ou autre émission canadienne anglaise ne serait faite, étant donné les facteurs économiques en jeu.

Il y a au moins deux autres facteurs qui nuisent aux producteurs canadiens anglais. D'abord, les dramatiques américaines coûtent en moyenne aux heures de grande écoute environ 2 millions de dollars, alors que certaines émissions — tel un épisode pilote — coûte bien davantage. Comme Mme Loren Mawhinney, vice-présidente, production canadienne, Global Television Network, a expliqué au Comité :

> le budget de production de la dernière émission de *Traders*, les 13 épisodes, est inférieur à celui de l'émission pilote d'une heure de *The West Wing*, créée la même année. En effet, la saison complète de *Traders* coûte 12 millions de dollars tandis que l'émission pilote d'une heure *The West Wing* coûte environ 14 millions.

Traitant du même sujet, M. Alain Gourd, vice-président exécutif de groupe, Services généraux, Bell Globemedia Inc., tenait à remarquer :

> en termes de valeur de production, une émission comme *Cold Squad* a une valeur de production de près de 1 million de dollars, alors que l'investissement total dans une production de *The West Wing*, qui varie d'un épisode à l'autre, peut atteindre de 3 à 5 millions de dollars.

De plus, comme le coût total d'émissions telles *The West Wing* est facile à recouvrer dans le marché américain, les recettes additionnelles provenant de la vente d'émissions à l'étranger et de la vente de vidéos ou de DVD constituent un pur profit, de sorte que les réseaux américains peuvent vendre leurs émissions aux réseaux canadiens à très bas prix. Comme M. R.H. Thomson, acteur, auteur et diffuseur, Alliance of Canadian Cinema, Television and Radio Artists, l'a expliqué au Comité :

> Les producteurs américains vendent au-dessous de leur prix de revient sur notre marché. Nous ne pouvons pas vendre au-dessous de notre prix de revient sur notre propre marché et nous faisons donc l'objet d'un dumping culturel. Pour pouvoir conserver une marge de manœuvre dans ce cadre économique et être en mesure effectivement de produire des émissions canadiennes qui vont être regardées, nous avons besoin d'ajustement structurel.

Les objectifs du système de financement

Le Comité a entendu bien des choses sur la façon dont les objectifs culturels du système actuel régissant le contenu canadien sont établis et mesurés. M. Richard Stursberg, qui était à l'époque président et directeur général du Fonds canadien de télévision, a décrit sommairement au Comité comment le système de financement des émissions de télévision canadiennes fonctionne :

> Traditionnellement, on a toujours défini la télévision canadienne d'après un système de points. C'est ainsi que procède le CRTC, et c'est aussi ce que fait le BCPAC — pour certifier les émissions en rapport avec les crédits d'impôt. Chez nous, pour être admissible à un financement, il faut avoir la totalité des 10 points et de plus satisfaire aux trois autres exigences dites fondamentales.
>
> Premièrement, le projet doit s'adresser aux Canadiens et refléter des thèmes et des sujets canadiens. Deuxièmement, il doit être tourné et situé principalement au Canada. Et troisièmement, il faut que les droits originaux soient développés par des Canadiens de façon significative et fondamentale.
>
> Les émissions canadiennes industrielles sont extrêmement importantes. Ce sont elles en fait qui constituent les deux tiers du total, et elles sont essentielles pour permettre aux acteurs, aux auteurs, aux caméramen et aux metteurs en scènes de continuer à travailler et pour assurer le fonctionnement de toute l'infrastructure du système. Mais le tiers qui reste, les émissions spécifiquement canadiennes, sont celles qui sont importantes au plan culturel, en ce sens que ce sont des émissions faites par et pour des Canadiens au sujet des Canadiens.

Cela peut sembler simple, mais de nombreux témoins ont dit au Comité que le système de financement des émissions canadiennes est devenu une expérience extrêmement complexe et exaspérante. Comme des témoins l'ont expliqué, les divers systèmes de points ont au fil des ans été ajustés.

La plupart des ingrédients sont là. Nous ne manquons pas d'artisans. Et Hollywood regorge de vedettes et d'écrivains canadiens-anglais. Il est un peu faux de dire qu'il n'y a pas au Canada anglais de « vedettariat » comme au Québec. Il y en a un, mais les vedettes, lorsqu'elles ont du talent, poursuivent souvent leur carrière à New York ou à Los Angeles plutôt qu'à Toronto ou Montréal.

Le premier ingrédient qui fait défaut au Canada, c'est le capital de risque comme aux États-Unis. Et ce n'est probablement pas un secteur où la politique gouvernementale peut être utile; radier neuf investissements dans l'espoir d'obtenir un seul succès n'est pas une pratique commerciale bien conforme au principe de la reddition de comptes publics. Radier des sociétés de production en entier — celles qui ne produisent pas de succès — serait aussi inacceptable. Dans un régime de subvention, tous les producteurs réussissent en général à survivre et à faire un profit modeste mais suffisant.

Le deuxième ingrédient qui fait défaut, c'est — ou cela semble être — des textes originaux canadiens capables de devenir des succès internationaux. Le FCT est un instrument de politique culturelle qui vise à sensibiliser les Canadiens à leurs propres idées et à leurs propres réalités. L'importance des sommes dont il dispose se justifie du fait que le produit contiendra des éléments « spécifiquement » canadiens, des particularités dans l'intrigue ou le décor qui le rendront plus assimilable à une expérience canadienne qu'à d'autres.

Bien sûr, le marché américain est rarement réceptif aux émissions à caractère étranger. Et il est impossible de convaincre des investisseurs de risquer des sommes importantes dans une émission peu accrocheuse pour le marché américain. En général, on est d'avis que, pour réaliser un projet uniquement à partir de ressources canadiennes, il faut en fait produire une émission américaine. Mais, même si c'était le cas, il n'est pas certain que notre industrie pourrait maintenir le niveau de risque et d'échec qui caractérise le modèle américain.

elargis et ébauchés par les divers organismes responsables de distribuer les fonds. Le système est devenu encore plus compliqué à partir du moment où un projet ne peut être admissible à moins d'être approuvé au préalable par un diffuseur. Ainsi, un diffuseur doit indiquer qu'il diffusera l'émission ou la série proposée. Dans l'industrie, on dit que le financement d'un projet est « déclenché »; si vous obtenez une licence, vous franchissez le seuil du FCT[96].

Des témoignages exposent d'autres réflexions sur la complexité du système. Par exemple, M. Richard Zurawski, président d'East West Media à Halifax, a dit au Comité que, même si un producteur respecte le seuil exigé par le Programme des droits de diffusion pour être admissible au FCT, cela ne garantit pas que Téléfilm acceptera de fournir une aide dans le cadre du Programme de participation au capital. Et s'il se fait refuser cette dernière aide, le producteur perdra sa subvention en vertu du Programme de droit de diffusion à moins de trouver une nouvelle source de financement dans les plus brefs délais. Il a expliqué :

> Le FCT couvre l'enveloppe de Téléfilm. Téléfilm, c'est la participation au capital, tandis que le FCT couvre le capital-actions et la licence. En règle générale, la première ronde vise les droits de licence. Dans cette ronde-ci, nous avons reçu 59 points sur un total possible de 59. Nous avons reçu le maximum que peut accorder le FCT, mais nous n'avons pourtant pas été jugés admissibles [au financement de Téléfilm] [...] bien que j'aie dépassé le seuil maximal pour ce qui est de la participation du radiodiffuseur — nous avions APTN comme principal radiodiffuseur et 23,02 % de notre financement provenait de celui-ci, ce qui nous donnait un excédent — on nous a dit que nous n'avions pas un appui radiodiffuseur suffisant[97].

Les témoins intéressés à réaliser des coproductions avec des partenaires étrangers se sont aussi dits irrités par la façon dont le FCT et Téléfilm gèrent les fonds. Comme Michael Snook, membre du conseil d'administration, Saskatchewan Motion Picture Association, l'a dit au Comité :

> Quand les règles ont été publiées à l'origine, elles étaient très claires et très simples, à tel point que j'ai aussitôt appelé le bureau du Fonds canadien de télévision à Toronto pour signaler que j'étais sur le point de tourner un documentaire international, une coproduction sur un traité international, et qu'il fallait se rendre dans sept pays du monde pour faire le tour de la question. Un des pays était le Canada, mais

> environ un dixième seulement du contenu pouvait être tourné au Canada à cause de la nature du sujet. D'après vos règles, ai-je dit, il semble que je n'aurai pas droit aux points relatifs au contenu canadien qui sont attribués pour le tournage au Canada; je perdrai plutôt la moitié des points pour le contenu canadien auxquels je pourrais avoir droit. Je suis sûr qu'il y en a bien d'autres qui ont appelé pour faire passer le même message quand les règles sont sorties. Nous avons constaté un certain assouplissement de la part du Fonds canadien de télévision qui reconnaît la difficulté qu'ont les documentaristes à faire en sorte que leurs productions soient à la fois rigoureuses sur le plan intellectuel et commercialisable à l'échelle internationale. À mon avis, c'est ce qu'il faudrait faire pour tous les genres de productions[38].

D'autres témoins ont souligné l'ironie perverse des coproductions officielles (consulter le chapitre 8 pour en savoir plus sur les coproductions). Comme Mme Gretha Rose, présidente, Cellar Door Productions, l'a expliqué :

> Étant donné les règlements qui régissent le FCT, il faut que nos productions soient homologuées coproductions internationales pour que nous obtenions de l'argent fédéral. On peut se contenter de faire valoir la licence de radiodiffusion pour la portion canadienne du budget seulement, ce qui nous donne un pointage plus élevé. Plus le pointage est élevé, plus il est probable que l'on obtiendra des fonds du FCT. Tout cela est fondé sur un barème de 59 points. Ainsi, plus on travaille à l'étranger, plus le pointage est élevé et plus grandes sont les chances d'obtenir de l'argent canadien[39].

C'est ce qu'a confirmé M. Robert Soucy, directeur du Bureau de certification des produits audiovisuels canadiens, qui a fait remarquer que les coproductions officielles, ..., sont reconnues comme ayant un contenu canadien également, mais n'assurent pas nécessairement des points[40]. Autrement dit, comme les coproductions canadiennes sont automatiquement reconnues comme contenu canadien, bien des créateurs canadiens n'ont d'autre choix que de trouver des investisseurs dans d'autres pays pour réaliser leurs émissions, simplement parce que leurs concepts d'émission télévisuelle ne satisfont pas aux critères relatifs au contenu canadien.

Traitant du même sujet, M. François Macerola, qui était à l'époque président du conseil d'administration de Téléfilm Canada, a dit au Comité que :

> Maintenant, étant donné que la demande était énorme, le Fonds canadien de télévision a utilisé, à un certain moment donné, le contenu canadien pour établir une priorité parmi les projets. En fin de compte, plus il y avait de contenu canadien, plus la note de passage accordée était élevée. Il y a des producteurs qui ont réagi de façon un peu... Je préfère ne pas qualifier leur façon de réagir. Ils ont mis des drapeaux canadiens et ont mis un castor plutôt que de mettre un lion[41].

La tentation d'ajouter un castor plutôt qu'un lion à une émission aboutit selon plusieurs témoins à des conséquences malheureuses. À titre d'exemple, M. Mark Laing, président, Guilde canadienne des réalisateurs, a dit au Comité que « L'une des entraves qui pourraient être levées serait le critère subjectif dans les règles en matière de contenu canadien, le facteur sirop d'érable. Nous n'en avons pas besoin » [42].

Bref, les créateurs canadiens ont été clairs sur plusieurs points. Ils doivent composer avec un système de financement qui ressemble à un château de cartes où ils risquent de perdre une source de financement acquise si on leur refuse une autre source de financement. Ils sont aux prises avec des définitions contradictoires qui les empêchent souvent de créer. Ils se butent à une montagne de paperasse qui suppose de savoir d'avance qui participera à tel ou tel projet. Mais ce n'est là que la pointe de l'iceberg. Des témoins ont dit au Comité que les producteurs doivent parfois solliciter divers appuis chez les diffuseurs; ils doivent harmoniser les objectifs des divers fonds et, comme on peut l'imaginer, payer des honoraires élevés aux avocats qui s'occupent de la paperasse.

Un autre facteur vient exacerber toute cette complexité —les objectifs industriels du système canadien de soutien à la production télévisuelle. En effet, il importe de se rappeler que les règlements, les règles et les mécanismes de soutien décrits dans le présent chapitre visent l'atteinte de deux objectifs : un objectif culturel (produire des émissions canadiennes) et un objectif industriel (aider à développer une industrie capable de produire des émissions canadiennes). La juxtaposition de ces deux objectifs fait partie de ce que Michael Snook a qualifié de débat interne. Il a expliqué ce qu'il en est :

> ... la question de savoir si notre industrie est carrément culturelle ou carrément industrielle, les deux étant incompatibles. En réalité, les oeuvres cinématographiques et télévisuelles sont le fruit d'une collaboration entre un grand nombre de personnes qui travaillent en équipe — c'est une industrie. On ne peut pas se retrancher dans

> son grenier avec un bout de papier et un crayon pour faire un film. On ne peut notamment pas participer au monde technologique moderne d'Internet, de la toile, de la télévision à haute définition, de la distribution directe par satellite sans avoir une grande expertise technique, y compris au niveau des producteurs de contenu — nos membres sont des producteurs de contenu; ils créent du contenu. Si l'on ne comprend pas que notre industrie est à la fois culturelle et industrielle, il est difficile d'élaborer des politiques gouvernementales claires au niveau national ou provincial qui puissent favoriser l'épanouissement de l'industrie. Quand on nous dit, en tant que producteurs de contenu, que notre mandat et le mandat de ceux qui pourraient favoriser notre développement est exclusivement culturel, nous rencontrons des problèmes du côté commercial[11].

M. Richard Stursberg reconnaît l'importance de l'industrie et il a souligné l'importance de s'assurer que les règles élaborées par le CRTC et le FCT (et avec la participation d'autres ministères et organismes gouvernementaux) sont applicables :

> Il est absolument essentiel pour nous de bien synchroniser ces deux aspects. Comprenez-moi bien. Je pense qu'il est extrêmement important de réaliser des émissions canadiennes industrielles, et qu'il faut le faire. Les émissions typiquement canadiennes sont aussi extrêmement importantes, mais tout le problème est de trouver le bon équilibre entre les règles du Conseil et les règles du Fonds tant sur le plan culturel que sur le plan industriel[11].

Mais l'on ne reconnaît pas toujours que, pour atteindre ces deux objectifs, culturel et industriel, les créateurs doivent travailler dans une optique commerciale. En effet, des témoins ont dit au Comité qu'outre les efforts de Téléfilm pour récupérer sa participation au capital (Programme de participation au capital), aucun mécanisme de financement ne comporte de dispositions explicites pour favoriser le développement d'entreprises viables. Au contraire, l'aide est basée sur chaque projet et n'est pas évaluée à partir d'un plan d'affaires de l'entreprise . Comme Mme Sonya Jampolsky l'a dit au Comité :

> Le problème est qu'aucune de ces organisations ne va vous donner suffisamment d'argent au départ pour commencer à payer les factures qui commencent à s'accumuler. Les factures vous viennent des avocats qui ont dû passer en revue tous les contrats qui commencent dès le début du développement, de ceux qui font la recherche, de ceux qui remplissent la paperasse pour les

> propositions. Et c'est ainsi que vous vous trouvez confrontés à des problèmes de liquidités[1].

Il n'y a pas non plus, à titre d'exemple, d'effort concerté par un organisme du système pour commercialiser le produit obtenu. Même le CRTC, a fait observer Mme Gretha Rose, n'exige pas la promotion des émissions subventionnées par le système, pas plus qu'elle ne compte là-dessus.

> Si certains règlements [existants] qui interdisent actuellement à un réseau de s'adonner à des activités que nous estimons comporter un potentiel commercial viable, une émission qui pourrait être vendue sur le marché international [...], étaient différents, on peut se demander s'il y aurait un problème quelconque? On ne peut pas se pencher sur un aspect sans regarder l'ensemble.
>
> Alors, dans ces conditions, la solution serait-elle de réglementer les cotes d'écoute? Non. Mais dans le contexte actuel, je ne pense pas qu'un système de financement proposé par Patrimoine canadien et qui soit axé énormément sur les cotes d'écoute soit la réponse non plus. C'est un fouillis[2].

Le manque de précision des objectifs des fonds, ajouté au manque ou au peu d'attention accordée aux problèmes de gestion d'entreprise, explique pourquoi tant de témoins ont qualifié le système de soutien à la programmation télévisuelle canadienne de « gâchis ».

Cela dit, bien d'autres témoins ont rappelé les nombreux succès du système de soutien à la programmation canadienne. Ainsi, le Comité a appris que certaines émissions canadiennes voyagent très bien, en particulier les documentaires et les émissions pour enfants. Au moins deux entreprises visitées par le Comité, Nelvana et PixCom, ont très bien réussi à cet égard par la vente d'émissions d'animation pour enfants, comme *Franklin the Turtle* et *Freddy*, sur des marchés à l'extérieur du Canada.

De plus, M. Michael Snook a dit au Comité ce qui suit :

> Les entreprises de production cinématographique ou télévisuelle du monde, notamment les entreprises canadiennes, ne sauraient exister sans faire le marketing de leurs produits intellectuels à l'échelle mondiale. Nous ne pourrions tout simplement pas survivre sur le plan économique[3].

Cela explique pourquoi certaines catégories d'émissions canadiennes, particulièrement les émissions pour enfants, les dramatiques et les documentaires, requièrent des subventions à différents degrés et pourquoi d'autres comme les sports et les nouvelles n'ont besoin d'être subventionnées que très peu ou pas du tout. Cette question a été soulevée par M. David Keeble dans un des documents de référence préparé à l'intention du Comité, alors qu'il a déclaré :

> Certaines parties du système de radiodiffusion canadien réussissent bien dans le cadre des politiques actuelles et continueront de le faire. Les émissions canadiennes de sports, de nouvelles de divertissement de langue française continueront probablement de progresser avec les niveaux de subvention actuels et n'exigent pas vraiment de règles de diffusion de toute façon. Comme il s'agit de formes populaires, les propriétaires de stations les mettraient probablement à l'horaire sans qu'on les y oblige[*].

Exigences relatives à la diffusion de contenu canadien

Autre point soulevé par des témoins : la diminution apparente du nombre de dramatiques de langue anglaise spécifiquement canadiennes. Selon ces témoins, la politique télévisuelle de 1999 du CRTC accordait aux diffuseurs canadiens tant de latitude qu'aujourd'hui notamment, il est très difficile de trouver des dramatiques canadiennes aux heures de grande écoute. Mme Maureen Parker, directrice exécutive, Writers Guild of Canada, est représentative des témoins qui ont traité de ce point :

> Ces trois dernières années, la production de séries dramatiques d'une heure qui sont proprement canadiennes est tombée du nombre record de 11 atteint en 1999 à 5 par année pour chacune des trois dernières années. Pendant cette même période, la production d'émissions dramatiques d'une demi-heure n'a pas bougé.
>
> Le documentaire long est soumis à des pressions semblables. Il est de plus en plus difficile de produire et de diffuser des documentaires d'opinion, un genre où les Canadiens excellent et qu'ils ont été les premiers à présenter.
>
> Avec l'arrivée de dizaines de nouvelles chaînes spécialisées et la fragmentation des auditoires, les radiodiffuseurs ont de plus en plus recours à des séries documentaires peu coûteuses de style magazine pour meubler leur grille horaire. Un certain nombre de facteurs ont contribué à la baisse des émissions dramatiques et des

> documentaires d'opinion canadiens. Il y a notamment eu la politique sur la télévision que le CRTC a adoptée en 1999. Cette nouvelle politique imposait un minimum de huit heures par semaine d'émissions prioritaires canadiennes pendant les heures de grande écoute, mais elle élargissait du même coup la définition de programmation prioritaire de manière à y inclure des genres moins coûteux, comme les émissions régionales et les émissions de divertissement de type magazine.
>
> Le CRTC, dans sa nouvelle politique, ayant omis d'établir des exigences de dépenses à leur intention, les radiodiffuseurs classiques ont trouvé naturellement intéressant de respecter les exigences de programmation canadienne en choisissant la forme de programmation le meilleur marché possible. Ainsi, nous avons droit actuellement à des émissions comme Popstars, et No Boundaries, émissions de télévérité dont le principal objectif semble de vendre ou de commercialiser les VLT de Ford[49].

D'autres témoins ont toutefois défendu la nouvelle politique du CRTC. M. Alain Gourd, vice-président exécutif, Bell Globemedia notait que :

> [La] stratégie [de CTV] est de concentrer nos efforts sur les superproductions. La vision de CTV en matière de programmation prioritaire consiste à investir de fortes sommes dans les émissions dramatiques et les documentaires. Ce sont les deux genres sur lesquels nous mettons principalement l'accent. CTV part d'un principe fort simple : plus nous décochons de flèches dans cette direction, plus nous raffinons notre technique et plus nous avons des chances d'atteindre la cible. La politique télévisuelle du Canada nous permet de nous concentrer sur ces genres et cela donne déjà des résultats impressionnants....
>
> Ainsi, nous avons non seulement attiré de larges auditoires pour ces productions, pour l'histoire de *Jonathan Wamback* ou encore celle de *Matthew Shepherd*, mais nous les avons aussi mises à l'horaire à presque tous les jours de la semaine aux heures de grande écoute[50].

Disons en terminant que la plupart des témoins étaient préoccupés par : la confusion entre les objectifs de financement culturel et industriel, le caractère déroutant et contradictoire des définitions du contenu canadien et la lourdeur bureaucratique avec laquelle composer pour obtenir du financement. Enfin, les témoins se sont dits préoccupés par les conséquences de la politique télévisuelle de 1999 du CRTC sur la diffusion des émissions canadiennes.

Cela dit, la prochaine partie contient une série de recommandations qui, selon le Comité, aideront à clarifier et à corriger le trop complexe système d'aide financière à la production d'émissions de télévision à contenu canadien.

G. Solutions proposées

Les témoins ont soulevé devant le Comité plusieurs points à examiner concernant la programmation canadienne : l'ambiguïté des politiques actuelles, le système de points, la complexité du processus de financement, la gestion et la gouvernance des fonds, et la pertinence de la politique télévisuelle de 1999 du CRTC concernant la programmation prioritaire.

Politique de programmation

Il ressort de la précédente analyse que l'état actuel du système tient davantage à son évolution qu'à sa conception. Comme nous l'avons souligné au début du chapitre, c'est en mettant au départ l'accent sur le financement direct d'un diffuseur public et sur la réglementation qu'on a développé au fil des ans un secteur indépendant, capable de produire des émissions françaises et anglaises de grande qualité, et un ensemble de règlements assurant la diffusion de ces émissions.

Les données du chapitre 4 indiquent que ces émissions ont connu du succès dans une large mesure. Les émissions regardées par les Canadiens de langue française sont essentiellement des émissions canadiennes. Malgré les difficultés et la concurrence de la dernière décennie, les dramatiques canadiennes de langue anglaise sont de plus en plus nombreuses et de plus en plus regardées.

Comme des témoins l'ont souligné, les émissions pour enfants en français et en anglais ont un succès bien mérité. En effet, environ la moitié des émissions pour enfants regardées par les Canadiens de langue française en 2001-2002 ont été réalisées au Canada, alors que 40 % des émissions pour enfants en anglais regardées par les Canadiens de langue anglaise étaient canadiennes.

Cela dit, malgré quelques succès, les témoins ont soulevés plusieurs points troublants concernant les politiques actuelles régissant la création, la production et la diffusion des émissions de télévisions canadiennes. Ainsi, des témoins ont dit craindre que les diverses politiques ne sont pas

cohérentes et constituent globalement un vrai bourbier. Ils ont présenté comme preuves à l'appui des exemples convaincants d'incohérence flagrante de certains programmes d'aide, de certaines règles relatives au contenu et de certaines conditions de diffusion. C'est pourquoi le Comité est convaincu que les préoccupations des témoins à ces égards sont justifiées et que des mesures doivent être prises. Par conséquent :

RECOMMANDATION 5.1[7] :

Le Comité recommande que le ministère concerné élabore une politique globale et intégrée de programmation canadienne, assortie d'une stratégie, qui :

(a) précise les objectifs des programmes de soutien à la création, à la production, à la diffusion et à l'écoute d'émissions de télévision canadiennes;

(b) renferme un énoncé clair des objectifs culturels, des estimations réalistes de ce qu'il en coûtera pour atteindre ces objectifs et un ensemble complet de mesures de rendement;

(c) simplifie la démarche pour obtenir du financement de sorte que les diffuseurs puissent se concentrer sur la création;

(d) met l'accent sur des mesures pour faire en sorte que les émissions canadiennes soient regardées par les Canadiens et prévoit des mesures de soutien appropriées et des mesures de rendement.

Définir le contenu canadien

Les témoins qui ont comparu devant le Comité avaient des opinions divergentes à l'égard du système de points. La plupart d'entre eux comprenaient qu'il était issu d'un effort honnête pour soutenir les émissions canadiennes. Par ailleurs, bon nombre de producteurs et de réalisateurs qui utilisent ce système ont critiqué ses diverses composantes, particulièrement la nature contradictoire des exigences, l'impossibilité de l'appliquer aux différents genres, le caractère arbitraire des décisions prises, la lourdeur administrative et le sentiment que le système et les

cohérentes et constituent globalement un vrai bourbier. Ils ont présenté comme preuves à l'appui des exemples convaincants d'incohérence flagrante de certains programmes d'aide, de certaines règles relatives au contenu et de certaines conditions de diffusion. C'est pourquoi le Comité est convaincu que les préoccupations des témoins à ces égards sont justifiées et que des mesures doivent être prises. Par conséquent :

RECOMMANDATION 5.1[51] :

Le Comité recommande que le ministère concerné élabore une politique globale et intégrée de programmation canadienne, assortie d'une stratégie, qui :

(a) précise les objectifs des programmes de soutien à la création, à la production, à la diffusion et à l'écoute d'émissions de télévision canadiennes;

(b) renferme un énoncé clair des objectifs culturels, des estimations réalistes de ce qu'il en coûtera pour atteindre ces objectifs et un ensemble complet de mesures de rendement;

(c) simplifie la démarche pour obtenir du financement de sorte que les diffuseurs puissent se concentrer sur la création;

(d) met l'accent sur des mesures pour faire en sorte que les émissions canadiennes soient regardées par les Canadiens et prévoit des mesures de soutien appropriées et des mesures de rendement.

Définir le contenu canadien

Les témoins qui ont comparu devant le Comité avaient des opinions divergentes à l'égard du système de points. La plupart d'entre eux comprenaient qu'il était issu d'un effort honnête pour soutenir les émissions canadiennes. Par ailleurs, bon nombre de producteurs et de réalisateurs qui utilisent ce système ont critiqué ses diverses composantes, particulièrement la nature contradictoire des exigences, l'impossibilité de l'appliquer aux différents genres, le caractère arbitraire des décisions prises, la lourdeur administrative et le sentiment que le système et les

mesures d'aide fédérales ne contribuent pas à élaborer efficacement des projets.

Le système de points était à l'origine une liste de contrôle des indicateurs objectifs qui permettaient aux fonctionnaires de décider si un projet était admissible à un crédit d'impôt. Selon une des études de référence préparées à l'intention du Comité, les règles sur le contenu ne doivent pas être « une définition procédurale, indiquant la nationalité des créateurs, pas une définition de fond[7] ». Toutefois, il devient clair que le système est devenu non seulement un instrument de décision quant à ce qui ou n'est pas « spécifiquement canadien » (et ce qui est valable ou non), mais aussi une structure de subvention compliquée qui ne se retrouve dans aucun autre programme culturel canadien.

En prenant un peu plus de recul, on peut voir que les problèmes que pose le système actuel sont attribuables au passage graduel vers la notion de « contenu canadien distinct » et au fait de s'imaginer qu'il est possible de déterminer celui-ci au moyen d'un système de points et des critères subjectifs administrés par les représentants de divers organismes et ministères. Cette situation s'est produite par inadvertance plutôt que par pur dessein; il est probable que le système a tout simplement accumulé de petites contradictions avec le temps, dont bon nombre ont vu le jour pour encourager le développement du secteur ou pour corriger des lacunes qui prévalaient.

On ne sait pas toutefois si les personnes concernées se sont rendues compte qu'elles avaient changé fondamentalement les règles du jeu. Par exemple, les règles actuelles limitent la poursuite de représentations ou de genres en particulier. Prenons par exemple les règles en vigueur en 2001-2002 au FCT concernant l'intrigue des émissions pour les enfants et la jeunesse.

> Dans le cas des émissions destinées aux enfants de six ans et moins, les projets se situant dans des univers imaginaires non spécifiques et non identifiables obtiendront ces points. [...] Les mises en scène dans des lieux imaginaires qu'on peut identifier, comme une ville étrangère en particulier, ne sont pas admissibles pour ces points[8].

Ces règles ont sûrement été conçues avec les meilleures intentions, mais leurs inconvénients ressortent clairement lorsqu'on les applique à la science fiction. La science fiction est un genre qui traite en général de technologies avancées, de cultures transgalactiques ou mondiales qui ne se

situent pas dans un lieu ou une époque en particulier. *Star Trek* par exemple traite de l'exploration de l'espace aux XXIIIe et XXIVe siècles. Les membres de l'équipage des divers vaisseaux de l'espace proviennent de la Terre et de nombreuses autres planètes fictives (p. ex. M. Spock, de Vulcain; M. Wort, un Klingon). Il serait donc difficile d'imaginer comment ces séries auraient pu être rendues « spécifiquement » (et uniformément) canadiennes en y incluant castors, montagnes et paysages canadiens.

Une autre manière de considérer le système de points, c'est d'examiner comment il s'applique aux grands films réalisés au cours du XXe siècle. Certains films se situent à une époque et dans un lieu très particuliers. À titre d'exemple, la plupart des gens s'entendent pour dire que *Le Faucon maltais*, *Les Quatre Cents Coups*, *Le Cuirassé Potemkine*, *Les Sept Samuraïs* et *Mon Oncle Antoine* sont dans l'ordre respectif, spécifiquement américain, français, russe, japonais et canadien.

Par contre, il est beaucoup plus difficile d'en dire autant de *Lawrence d'Arabie*, *La Liste de Schindler*, *Le Septième Sceau* ou *Metropolis*. Bien que les réalisateurs soient respectivement britannique, américain, suédois et allemand, presque personne ne soutiendrait que ces films ont un « caractère distinctif » d'un pays en particulier, ni qu'ils présentent aux citoyens de ce pays un reflet d'eux-mêmes.

Lawrence d'Arabie traite autant du désert et de la guerre que de Lawrence lui-même. La plus grande partie du film ne se déroule pas en Angleterre et ceux qui l'ont vu se rappellent la scène où un point aperçu à l'horizon prend forme lentement et révèle la présence d'un homme seul monté sur un chameau. Bien que dans la *Liste de Schindler* de Steven Spielberg, l'action se passe en Pologne, en Tchécoslovaquie et en Israël, il ne s'agit pas de ces pays ni de leurs citoyens, mais plutôt de la lutte contre le mal. Dans *Les Sept Sceaux* d'Ingmar Bergman, les personnages principaux sont un chevalier revenant des croisades et la Mort. L'action pourrait se situer au XIIIe siècle en Europe, mais elle ne se passe dans aucun pays en particulier et les personnages du film n'ont pas de nationalité spécifique. Fritz Lang a peut-être réalisé *Metropolis* en Allemagne, mais c'est un film de science fiction traitant de progrès scientifique, de folie meurtrière et d'une ville remplie de désespoir humain.

Ces films, dont l'action se déroule à une époque et dans un lieu précis, ne traitent pas de pays particuliers, mais de personnes n'appartenant à aucune société en particulier. Quoique Lawrence soit britannique, il se trouve à l'extérieur de l'Angleterre; Schindler est un chevalier de l'industrie qui agit

contre les Nazis et personne ne jugerait important de mentionner qu'il est Tchécoslovaque d'origine. Le chevalier des *Sept Sceaux* et le héros de *Metropolis* n'ont pas de nationalité.

Si le système de points canadien existait pour ces films, aucun d'entre eux n'aurait toutefois été admissible à un financement complet[14]. Au mieux, ils auraient été financés indirectement en vertu de règles moins strictes (p. ex. 6 points sur 10) s'appliquant à ce qui est décrit comme « production industrielle ». Toutefois, aucune personne sensée ayant vu l'un ou l'autre de ces films les qualifierait de « production industrielle ». Comme Mme Gretha Rose le mentionnait au Comité : « Sur le plan des critères, il faut respecter ceux du FCT pour le contenu, et si je présente certaines des grandes oeuvres de Shakespeare, je suis inadmissible[15] ».

On peut voir plus facilement jusqu'à quel point le système de points est devenu étrange en examinant les critères utilisés pour subventionner les talents canadiens dans d'autres disciplines. Par exemple, aucun système de points n'est utilisé pour subventionner les écrivains qui publient des poèmes, des romans, des pièces de théâtres ou des articles de magazine. L'œuvre d'un auteur canadien est simplement considéré comme canadienne si une entreprise canadienne la publie. Le texte ne doit pas porter sur le Canada, représenter le Canada, être spécifiquement canadien ou même mentionner le Canada[16].

Dans le même ordre d'idées, on n'a jamais pensé suggérer qu'un enregistrement sonore doit être « spécifiquement canadien ». Les artistes canadiens enregistrent des chansons country et western, des airs hip hop, populaires ou de la musique de jazz et classique sans que personne ne se demande si le contenu est spécifiquement canadien. Ainsi, lorsque nous octroyons des subventions de recherche aux étudiants et aux chercheurs prometteurs, nous ne demandons pas s'ils produiront des résultats ou des ouvrages « spécifiquement canadiens ». De plus, contrairement à la télévision ou au cinéma, personne ne s'attend à ce que les événements présentés au festival de Stratford, par la Compagnie d'opéra canadienne et les orchestres symphoniques canadiennes soient « spécifiquement canadiens » ou qu'ils représentent « notre histoire » (même si ces groupes reçoivent beaucoup de subventions fédérales par l'entremise du Conseil des arts du Canada).

La figure 5.10 compare ces divers types de programmes d'aide avec les programmes destinés aux créateurs. Le plus frappant dans le tableau ci-dessus, c'est que tous les programmes de soutien, sauf ceux concernant la

télévision et le film, ne renvoient pas à l'idée de contenu « spécifiquement canadien », ni à l'idée de recouvrement de « capital ». L'imposition d'un contenu « spécifiquement canadien » a mené à une troisième particularité : avant de décider qu'un contenu est « spécifiquement canadien », les fonctionnaires doivent faire une évaluation. Cela est étonnant car le gouvernement du Canada s'est toujours bien assuré que les fonctionnaires ne se mêlent pas de décider de la valeur d'un produit. Dans d'autres organismes subventionnaires (tels le Conseil des arts du Canada, le Conseil de recherches en sciences humaines, le Conseil de recherches en sciences naturelles et en génie et le Conseil de recherches médicales), ce sont des jurys composés de pairs et non les fonctionnaires qui déterminent qui ou quoi mérite une subvention. Les fonctionnaires administrent le processus, mais ne prennent pas les décisions. Les téléfilms et les longs métrages sont les seules exceptions à cette règle de longue date.

Figure 5.10 Règles du gouvernement du Canada relatives au soutien financier

	Les fonctionnaires décident-ils si le contenu est « spécifiquement canadien? »	Recouvrement de capital?
Athlètes	Non	Non
Recherche et développement	Non	Non
Artistes visuels	Non	Non
Poésie/théâtre/nouvelles/musique	Non	Non
Audiovisuel/film	Oui	Oui

L'idée du recouvrer le capital est souvent absente dans d'autres programmes de soutien fédéraux. Les programmes de subvention des éditeurs de livres et de périodiques visent en partie à rendre plus viable l'industrie du livre et des périodiques. Si un éditeur fait un profit à la fin d'un exercice financier, on ne s'attend pas à ce qu'il en remette une partie au gouvernement. Pourquoi devrait-il le faire puisque les programmes de soutien ont pour but d'accroître la profitabilité? Puisque la production télévisuelle dans les catégories qui doivent être subventionnées (p. ex. émissions pour enfants, documentaires, dramatiques) sont si peu rentables, pourquoi y a-t-il un programme de participation au capital pour recouvrer des fonds?

La question ne se poserait pas si le programme permettait de recouvrer une bonne partie de la mise, mais ce n'est pas le cas. Selon une étude récente,

le programme de participation au capital recouvre de 10 % à 12 % du capital investi[7]. Comme les auteurs de l'étude le soulignent :

> Actuellement, le recouvrement du PPC se situe en moyenne entre 10 et 12 % du financement annuel du programme. Il s'agit d'un pourcentage très bas pour un programme qui, en théorie, est sensé générer au moins certains montants d'argent pour les réinvestir dans l'industrie. Ce faible taux de rendement nous mène à croire que le processus de recouvrement est artificiel et sert à justifier le financement de projets qui sont jugés culturellement ou artistiquement valables, mais qui ne seront pas nécessairement rentables un jour[8].

Pourquoi alors faire une distinction dans la programmation télévisée canadienne si nous n'en faisons pas à l'égard des chansons, des poèmes, des romans, de la recherche ou des performances athlétiques? Et pourquoi la télévision et le film font-ils exception?

Il peut y avoir au moins quatre raisons. Premièrement, la réalisation d'un film dramatique ou d'une série télévisée de haute qualité coûte très cher et, par conséquent, on souhaite naturellement conserver le plus possible l'investissement au Canada. Deuxièmement, il est indéniable que « nos récits » sont importants et qu'ils doivent être racontés, en partie pour des raisons d'intérêt public, concept qui a été reconnu dès l'époque de la Commission Aird et en partie parce qu'un pays dont les récits ne sont pas racontés serait un pays étrange. Troisièmement, il se peut que la dramatique télévisée ait acquis une forme d'importance culturelle qui ne s'applique pas à d'autres domaines de création parce qu'elle joint un auditoire beaucoup plus grand. Et quatrièmement, la dramatique est historiquement le genre de loin le plus écouté en nombre d'heures.

Bien que la logique sous-tendant les raisons citées ci-haut puisse sembler compréhensible, cela n'explique pas pourquoi nous récompensons les récits « spécifiquement canadiens » plutôt que les récits racontés par les Canadiens pour les Canadiens. Prenons par exemple le film inspiré du livre *Never Cry Wolf* de Farley Mowat. Bien qu'il s'inspire d'un livre d'un auteur canadien à succès, ce film n'est pas considéré comme étant « à contenu canadien » par aucune des mesures fédérales existantes. Il en est de même de *The English Patient* de Michael Ondaatje, un roman et un film qui ont remporté un succès international, mais qui n'est pas admissible comme oeuvre canadienne même s'il s'agit d'un récit canadien, comportant beaucoup d'éléments manifestement canadiens et ayant remporté neuf oscars.

Bref, les règles qui servent à déterminer le contenu canadien sont si complexes qu'elles défient toute description ou explication facile. Elles sont contradictoires, donnent des résultats absurdes et n'ont pas de sens sur le plan de la création. L'on comprend alors mieux pourquoi tant de témoins utilisent des termes comme « absurde, sans dessus dessous et fouillis » pour qualifier le système de points servant à mesurer le contenu canadien.

Par conséquent, le Comité est d'avis que le système de points existant qui sert à certifier les productions canadiennes favorise, quoique d'une manière indirecte, un mode non rentable de fonctionnement à l'égard de la création de certaines émissions de télévision canadiennes. Et l'idée de « production industrielle » par opposition à production « spécifiquement canadienne » perpétue la confusion. L'utilisation du mot « industriel » dans le contexte de la télévision est péjorative et vise à véhiculer l'idée qu'une production canadienne « industrielle » a en quelque sorte moins de valeur qu'une production « spécifiquement canadienne ».

Le Comité est aussi d'avis qu'il faut revoir les diverses définitions du « contenu canadien » qu'utilisent actuellement les décideurs de notre système de radiodiffusion. Le Comité a entendu tellement de témoignages à l'échelle du Canada selon lesquels la bureaucratie actuelle empêche trop souvent les créateurs de créer.

Le Comité est d'avis que le système serait plus simple pour tous si la définition de « contenu canadien » supposait qu'une production réalisée par des Canadiens est canadienne. En outre, selon le Comité, il faudrait faire preuve de plus de souplesse en reconnaissant les différents genres d'émissions. Ainsi, le type et le nombre de créateurs varient en général d'un genre de production à l'autre et ne sont pas toujours applicables, ni exigés, dans certaines catégories; de tels critères rigides ne sont pas pratiques. En outre, d'après les données fournies au Comité, alors que 89,7 % des 1 073 productions certifiées par le BCPAC dans la catégorie des dramatiques ont été basées sur 10 points en 2001, il y en a eu à peine 5,4 % dans le cas des 1 860 documentaires. Une uniformisation des règles s'impose nettement.

Considérant cela :

Le Contenu canadien au XXIe siècle

Environ un an après que le Comité permanent du patrimoine canadien a commencé son étude du système de radiodiffusion canadien, la ministre du Patrimoine canadien a entrepris un examen distinct

RECOMMANDATION 5.2 :

Le Comité recommande qu'on revoie le système de points actuellement en usage pour la certification, le financement et la production d'émissions canadiennes de façon à reconnaître :

(a) les différences importantes entre les genres (p. ex. dramatiques, documentaires et animation);

(b) la nationalité des auteurs, des réalisateurs, des artistes et des techniciens;

(c) l'effort pour atteindre des objectifs culturels;

(d) l'importance de s'assurer que le contenu canadien atteint ses auditoires.

De plus :

RECOMMANDATION 5.3 :

Pour assurer l'uniformité et la cohérence, le Comité recommande qu'il appartienne à un organisme central responsable de l'administration de la certification du contenu canadien de prendre toute décision concernant le contenu canadien.

Pour qu'un tel système fonctionne, il faudrait faire davantage confiance aux créateurs et permettre aux créateurs du Canada de s'adonner à ce à quoi ils excellent — créer. Comme ce comité l'a indiqué dans son rapport sur la politique culturelle de 1999, *Appartenance et identité* : « Le gouvernement du Canada ne peut pas créer une oeuvre d'art, mais il peut faire beaucoup pour encourager les créateurs et les visionnaires qui, à leur tour, feront cadeau au Canada d'une culture vivante que tous les Canadiens et Canadiennes pourront apprécier, préserver et partager avec le monde entier »[66].

De plus, comme il ressort du présent chapitre, la politique existante n'a pas vraiment réussi à augmenter la cote d'écoute des dramatiques canadiennes de langue anglaise. La réglementation peut garantir l'accessibilité à des dramatiques canadiennes; les subventions peuvent en garantir la

du contenu canadien au XXIe siècle que devait présider l'ancien chef de Téléfilm Canada, M. François Macerola.

Le Comité a passé en revue les mémoires présentés dans le cadre de l'étude de M. Macerola dans la préparation du présent rapport. Ces mémoires soulèvent dans une large mesure les mêmes questions et font valoir la même diversité de points de vue que le Comité a entendus au cours de ses audiences sur le système canadien de radiodiffusion. Quelques mémoires font valoir que le système fonctionne et qu'il devrait rester en place dans une large mesure, d'autres proposent d'accroître le nombre de points nécessaires pour obtenir une subvention, tandis que d'autres encore présentent des raisons pour changer le système dans son ensemble.

Deux raisons sont données pour apporter un changement de fond. Premièrement, comme l'a fait remarquer M. Christopher Maule, les conditions qui ont mené à la création du système de points et les diverses règles n'existent plus. Deuxièmement, le système est devenu de plus en plus complexe (autant les règles que la structure administrative) à un point tel qu'il ne fonctionne plus très bien.

Au moment de la création du système, il y avait très peu de production indépendante de quelque sorte que ce soit au Canada. Toutefois, aujourd'hui, il existe au Canada un secteur de production indépendant dynamique qui est de plus en plus concurrentiel à l'échelle internationale (particulièrement dans les domaines des documentaires et des récits pour enfants). Nombreuses sont les personnes qui reconnaissent la nécessité d'être concurrentiel à l'échelle internationale (selon les deux études), mais d'autres croient que le système de règles est devenu trop complexe et trop rigide et que, par conséquent, il est très difficile de s'y retrouver. Comme M. Maule le fait remarquer dans son mémoire :

Les règles relatives au contenu canadien ont été mises en place à une époque où les conditions

Bref, les règles qui servent à déterminer le contenu canadien sont si complexes qu'elles défient toute description ou explication facile. Elles sont contradictoires, donnent des résultats absurdes et n'ont pas de sens sur le plan de la création. L'on comprend alors mieux pourquoi tant de témoins utilisent des termes comme « absurde », « sans dessus dessous » et « fouillis » pour qualifier le système de points servant à mesurer le contenu canadien.

Par conséquent, le Comité est d'avis que le système de points existant qui sert à certifier les productions canadiennes favorise, quoique d'une manière indirecte, un mode non rentable de fonctionnement à l'égard de la création de certaines émissions de télévision canadiennes. Et l'idée de « production industrielle » par opposition à production « spécifiquement canadienne » perpétue la confusion. L'utilisation du mot « industriel » dans le contexte de la télévision est péjorative et vise à véhiculer l'idée qu'une production canadienne « industrielle » a en quelque sorte moins de valeur qu'une production « spécifiquement canadienne ».

Le Comité est aussi d'avis qu'il faut revoir les diverses définitions du « contenu canadien » qu'utilisent actuellement les décideurs de notre système de radiodiffusion. Le Comité a entendu tellement de témoignages à l'échelle du Canada selon lesquels la bureaucratie actuelle empêche trop souvent les créateurs de créer.

Le Comité est d'avis que le système serait plus simple pour tous si la définition de « contenu canadien » supposait qu'une production réalisée par des Canadiens est canadienne. En outre, selon le Comité, il faudrait faire preuve de plus de souplesse en reconnaissant les différents genres d'émissions. Ainsi, le type et le nombre de créateurs varient en général d'un genre de production à l'autre et ne sont pas toujours applicables, ni exigés dans certaines catégories, de tels critères rigides ne sont pas pratiques. En outre, d'après les données fournies au Comité, alors que 89,7 % des 1 073 productions certifiées par le BCPAC dans la catégorie des dramatiques ont été basées sur 10 points en 2001, il y en a eu à peine 5,4 % dans le cas des 1 800 documentaires. Une uniformisation des règles s'impose nettement.

Considérant cela,

Le Contenu canadien au XXIe siècle

Environ un an après que le Comité permanent du patrimoine canadien a commencé son étude du système de radiodiffusion canadien, la ministre du Patrimoine canadien a entrepris un examen distinct

RECOMMANDATION 5.2 :

Le Comité recommande qu'on revoie le système de points actuellement en usage pour la certification, le financement et la production d'émissions canadiennes de façon à reconnaître :

(a) les différences importantes entre les genres (p. ex. dramatiques, documentaires et animation);

(b) la nationalité des auteurs, des réalisateurs, des artistes et des techniciens;

(c) l'effort pour atteindre des objectifs culturels;

(d) l'importance de s'assurer que le contenu canadien atteint ses auditoires.

De plus :

RECOMMANDATION 5.3 :

Pour assurer l'uniformité et la cohérence, le Comité recommande qu'il appartienne à un organisme central responsable de l'administration de la certification du contenu canadien de prendre toute décision concernant le contenu canadien.

Pour qu'un tel système fonctionne, il faudrait faire davantage confiance aux créateurs et permettre aux créateurs du Canada de s'adonner à ce à quoi ils excellent — créer. Comme ce comité l'a indiqué dans son rapport sur la politique culturelle de 1999, *Appartenance et identité* : « Le gouvernement du Canada ne peut pas créer une œuvre d'art, mais il peut faire beaucoup pour encourager les créateurs et les visionnaires qui, à leur tour, feront cadeau au Canada d'une culture vivante que tous les Canadiens et Canadiennes pourront apprécier, préserver et partager avec le monde entier. »

De plus, comme il ressort du présent chapitre, la politique existante n'a pas vraiment réussi à augmenter la cote d'écoute des dramatiques canadiennes de langue anglaise. La réglementation peut garantir l'accessibilité à des dramatiques canadiennes, les subventions peuvent en garantir la

du contenu canadien au XXIe siècle que devait présider l'ancien chef de Téléfilm Canada, M. François Macerola.

Le Comité a passé en revue les mémoires présentés dans le cadre de l'étude de M. Macerola dans la préparation du présent rapport. Ces mémoires soulèvent dans une large mesure les mêmes questions et font valoir la même diversité de points de vue que le Comité a entendus au cours de ses audiences sur le système canadien de radiodiffusion. Quelques mémoires font valoir que le système fonctionne et qu'il devrait rester en place dans une large mesure, d'autres proposent d'accroître le nombre de points nécessaires pour obtenir une subvention, tandis que d'autres encore présentent des raisons pour changer le système dans son ensemble.

Deux raisons sont données pour apporter un changement de fond. Premièrement, comme l'a fait remarquer M. Christopher Maule, les conditions qui ont mené à la création du système de points et les diverses règles n'existent plus. Deuxièmement, le système est devenu de plus en plus complexe (autant les règles que la structure administrative) à un point tel qu'il ne fonctionne plus très bien.

Au moment de la création du système, il y avait très peu de production indépendante de quelque sorte que ce soit au Canada. Toutefois, aujourd'hui, il existe au Canada un secteur de production indépendant dynamique qui est de plus en plus concurrentiel à l'échelle internationale (particulièrement dans les domaines des documentaires et des récits pour enfants). Nombreuses sont les personnes qui reconnaissent la nécessité d'être concurrentiel à l'échelle internationale (selon les deux études), mais d'autres croient que le système de règles est devenu trop complexe et trop rigide et que, par conséquent, il est très difficile de s'y retrouver. Comme M. Maule le fait remarquer dans son mémoire :

Les règles relatives au contenu canadien ont été mises en place à une époque où les conditions

entourant la production cinématographique et magnétoscopique canadienne et le système canadien de radiodiffusion étaient très différentes de celles qui prévalent aujourd'hui. Avec le temps, leur administration a exigé de plus en plus de qualification et d'interprétations pour permettre de déterminer ce qui constituait un contenu canadien; l'importance des dépenses comme facteur déterminant; la façon dont les règles doivent être appliquées aux divers genres d'émissions; la façon dont elles doivent s'appliquer aux diverses périodes; la façon dont les coproductions et les coentreprises doivent être traitées; la façon dont la politique interagit avec d'autres politiques, comme les subventions, la radiodiffusion publique et les restrictions relatives à la propriété étrangère et la façon dont ces mesures peuvent être perçues dans le cadre d'accords commerciaux internationaux. Maintenant, la politique manque de transparence, cause des frictions commerciales et son efficacité est limitée si on en juge par le niveau d'écoute[9].

Dans le même ordre d'idées, une autre présentation décrit les règles sur le contenu et leur évolution au sein du Fonds canadien de télévision comme suit : « ... Le fonds a été orchestré socialement avec minutie. Il en résulte un système de subvention national compliqué, frustrant et déroutant. [...] Les problèmes du FCT ne viennent pas de gens mal intentionnés. [...] En tentant d'être tout pour tous — juste, inclusif, objectif, adapté — il a été trop loin et a perdu en souplesse. »

Bref, les mémoires présentés dans le cadre de l'étude Macerola sur le contenu canadien font écho à ce que le Comité permanent a entendu. Il n'y a pas de suggestion surprenante ni de solution proposée et il n'y a pas de consensus sur une solution simple.

production, voire dans une certaine mesure, la promotion; mais, à moins de changements majeurs, il sera très difficile d'augmenter sensiblement l'écoute. Il est donc essentiel d'améliorer de beaucoup le système de mesure pour déterminer les conditions et les temps d'écoute des émissions canadiennes. C'est pourquoi :

RECOMMANDATION 5.4 :

Le Comité recommande qu'un identificateur distinctif soit attribué à chaque émission canadienne pour en faciliter le suivi : investissements, promotion, mesures éventuelles de rendement (p. ex. cotes d'écoute).

Crédits d'impôt et Financement direct

Crédits d'impôt

Les principaux problèmes soulevés par les témoins concernant le système de crédits d'impôt avaient trait aux définitions du contenu canadien et à la façon dont les critères de financement et les crédits d'impôt provinciaux sont venus compliquer le système fédéral. La plupart conviennent toutefois que le système de crédits d'impôt dans sa forme actuelle est un instrument d'aide important pour la production d'émissions de télévision canadienne. Une de ses caractéristiques les plus intéressantes, c'est qu'il est entièrement objectif. S'il était assoupli (p. ex. s'il reconnaissait les différences entre les genres), le Comité croit qu'il pourrait devenir un instrument encore plus efficace pour soutenir la production de contenu canadien. C'est pourquoi le Comité est d'avis qu'il faudrait étudier l'incidence du système actuel. Par conséquent :

RECOMMANDATION 5.5 :

Le Comité recommande que le ministère concerné évalue le système de crédits d'impôt actuel qui soutient la programmation télévisuelle canadienne afin de trouver des moyens pour améliorer la façon dont l'aide est gérée et fournie aux producteurs canadiens indépendants.

De plus :

RECOMMANDATION 5.6 :

Le Comité recommande que le ministère concerné étudie la possibilité d'assouplir le système de crédits d'impôt pour les productions télévisuelles canadiennes (p. ex. niveau d'aide qui augmente en fonction de la participation accrue de créateurs canadiens).

Financement direct

Comme il est souvent mentionné dans le présent chapitre, le Comité a entendu une litanie de plaintes concernant la manière dont le Fonds canadien de télévision (FCT) et Téléfilm Canada interprètent et s'acquittent de leur mandat. Le Comité a aussi appris avec quelle confusion et quelle lourdeur Téléfilm administre le Programme de participation au capital pour le compte du Fonds canadien de télévision.

Les émissions produites pour la télévision comptent pour plus de 60 % de la valeur totale de l'industrie audiovisuelle (film et télévision) au Canada. Si on exclut les tournages à l'étranger, la télévision occupe alors une part encore plus importante dans l'industrie. Étant donné l'importance de la production d'émissions de télévision sur le plan tant culturel qu'industriel (comme l'emploi de Canadiens), il est étonnant que la structure de gestion du FCT soit aussi complexe. Des témoins ont souligné ce point de diverses façons. Ils ont parlé en particulier du processus d'approbation long et complexe, des objectifs contradictoires et de la composition du conseil d'administration du FCT.

Un examen du FCT, rendu public en 2000, aborde — malgré quelques commentaires controversés — la question de la structure et de l'organisation du FCT. On y indique plus précisément qu'il faudrait en simplifier la structure de gestion et que le FCT ne devrait pas rendre des comptes et à son propre conseil d'administration et à celui de Téléfilm. Il ressortait aussi de l'examen que le FCT et Téléfilm n'ont pas les mêmes objectifs et qu'il faudrait clarifier ce qu'on attend du FCT. Exemple d'objectifs contradictoires, le double objectif culturel qui vise à soutenir des émissions de qualité qui attireront plus de téléspectateurs et accroître la production régionale. Les auteurs concluent :

> Le gouvernement n'a pas établi les priorités de ses objectifs. Avec le temps, l'orientation a été d'essayer de réaliser plusieurs priorités tout

entourant la production cinématographique et magnétoscopique canadienne et le système canadien de radiodiffusion étaient très différentes de celles qui prévalent aujourd'hui. Avec le temps, leur administration a exigé de plus en plus de qualification et d'interprétations pour permettre de déterminer ce qui constituait un contenu canadien; l'importance des dépenses comme facteur déterminant; la façon dont les règles doivent être appliquées aux divers genres d'émissions; la façon dont elles doivent s'appliquer aux diverses périodes; la façon dont les coproductions et les coentreprises doivent être traitées; la façon dont la politique interagit avec d'autres politiques, comme les subventions, la radiodiffusion publique et les restrictions relatives à la propriété étrangère et la façon dont ces mesures peuvent être perçues dans le cadre d'accords commerciaux internationaux. Maintenant, la politique manque de transparence, cause des frictions commerciales et son efficacité est limitée si on en juge par le niveau d'écoute".

Dans le même ordre d'idées, une autre présentation décrit les règles sur le contenu et leur évolution au sein du Fonds canadien de télévision comme suit : « ... Le fonds a été orchestré socialement avec minutie. Il en résulte un système de subvention national compliqué, frustrant et déroutant. [...] Les problèmes du FCT ne viennent pas de gens mal intentionnés. [...] En tentant d'être tout pour tous — juste, inclusif, objectif, adapté — il a été trop loin et a perdu en souplesse. »

Bref, les mémoires présentés dans le cadre de l'étude Macerola sur le contenu canadien font écho à ce que le Comité permanent a entendu. Il n'y a pas de suggestion surprenante ni de solution proposée et il n'y a pas de consensus sur une solution simple.

production, voire dans une certaine mesure, la promotion, mais, à moins de changements majeurs, il sera très difficile d'augmenter sensiblement l'écoute. Il est donc essentiel d'améliorer de beaucoup le système de mesure pour déterminer les conditions et les temps d'écoute des émissions canadiennes. C'est pourquoi

RECOMMANDATION 5.4 :

Le Comité recommande qu'un identificateur distinctif soit attribué à chaque émission canadienne pour en faciliter le suivi : investissements, promotion, mesures éventuelles de rendement (p. ex. cotes d'écoute).

Crédits d'impôt et Financement direct

Crédits d'impôt

Les principaux problèmes soulevés par les témoins concernant le système de crédits d'impôt avaient trait aux définitions du contenu canadien et à la façon dont les critères de financement et les crédits d'impôt provinciaux sont venus compliquer le système fédéral. La plupart conviennent toutefois que le système de crédits d'impôt dans sa forme actuelle est un instrument d'aide important pour la production d'émissions de télévision canadienne. Une de ses caractéristiques les plus intéressantes, c'est qu'il est entièrement objectif. S'il était assoupli (p. ex. s'il reconnaissait les différences entre les genres), le Comité croit qu'il pourrait devenir un instrument encore plus efficace pour soutenir la production de contenu canadien. C'est pourquoi le Comité est d'avis qu'il faudrait étudier l'incidence du système actuel. Par conséquent,

RECOMMANDATION 5.5 :

Le Comité recommande que le ministère concerné évalue le système de crédits d'impôt actuel qui soutient la programmation télévisuelle canadienne afin de trouver des moyens pour améliorer la façon dont l'aide est gérée et fournie aux producteurs canadiens indépendants.

De plus,

RECOMMANDATION 5.6 :

Le Comité recommande que le ministère concerné étudie la possibilité d'assouplir le système de crédits d'impôt pour les productions télévisuelles canadiennes (p. ex. niveau d'aide qui augmente en fonction de la participation accrue de créateurs canadiens).

Financement direct

Comme il est souvent mentionné dans le présent chapitre, le Comité a entendu une litanie de plaintes concernant la manière dont le Fonds canadien de télévision (FCT) et Telefilm Canada interprètent et s'acquittent de leur mandat. Le Comité a aussi appris avec quelle confusion et quelle lourdeur Telefilm administre le Programme de participation au capital pour le compte du Fonds canadien de télévision.

Les émissions produites pour la télévision comptent pour plus de 60 % de la valeur totale de l'industrie audiovisuelle (film et télévision) au Canada. Si on exclut les tournages à l'étranger, la télévision occupe alors une part encore plus importante dans l'industrie. Étant donné l'importance de la production d'émissions de télévision sur le plan tant culturel qu'industriel (comme l'emploi de Canadiens), il est étonnant que la structure de gestion du FCT soit aussi complexe. Des témoins ont souligné ce point de diverses façons. Ils ont parlé en particulier du processus d'approbation long et complexe, des objectifs contradictoires et de la composition du conseil d'administration du FCT.

Un examen du FCT rendu public en 2000 aborde — malgré quelques commentaires controversés — la question de la structure et de l'organisation du FCT. On y indique plus précisément qu'il faudrait en simplifier la structure de gestion et que le FCT ne devrait pas rendre des comptes et à son propre conseil d'administration et à celui de Telefilm. Il ressortait aussi de l'examen que le FCT et Telefilm n'ont pas les mêmes objectifs et qu'il faudrait clarifier ce qu'on attend de FCT. L'exemple d'objectifs contradictoires, le double objectif culturel qui vise à soutenir des émissions de qualité qui attireront plus de téléspectateurs et accroître la production régionale. Les auteurs concluent :

> Le gouvernement n'a pas établi les priorités de ses objectifs. Avec le temps, l'orientation a été d'essayer de réaliser plusieurs priorités tout

> en soutenant la production d'émissions spécifiquement canadiennes. On ne peut dire avec certitude si cela a été le résultat de la nécessité de rationaliser l'affectation des rares ressources, d'une reconnaissance que le financement ne peut être justifié que pour des motifs culturels, ou parce que le soutien de productions spécifiquement canadiennes est en réalité une priorité de premier plan[1].

Les priorités des programmes sont souvent contradictoires, mais la confusion dans les objectifs et la gestion du FCT n'a rien d'encourageant. Produire des émissions canadiennes de haute qualité en français et en anglais a toujours été et restera dans le proche avenir un dur défi à relever. Selon le Comité, il faut clarifier les divers éléments d'ambiguïté et de confusion concernant les objectifs des divers organismes de soutien à l'atteinte des objectifs de la *Loi sur la radiodiffusion*. Le Comité sait bien que le FCT est un partenariat privé-public et non un organisme d'État. Cependant, il est d'avis qu'il faut éliminer toute confusion dans le mandat et la gestion du FCT. Par conséquent :

RECOMMANDATION 5.7 :

Le Comité recommande que les mandats du Fonds canadien de télévision (FCT) et Téléfilm Canada soit examinés et redéfinis de façon à séparer clairement les responsabilités et, si nécessaire, à favoriser la synergie là où les responsabilités doivent être partagées. Cet examen devrait tenir compte de propositions concernant la bonne gestion du FCT.

De plus, pour donner suite aux recommandations qui précèdent, il faudra modifier grandement le mandat et le fonctionnement des deux organismes. À cette fin :

RECOMMANDATION 5.8 :

Le Comité recommande que le ministère du Patrimoine canadien étudie des moyens pour rendre plus efficace l'administration du FCT et de Téléfilm Canada, notamment par l'adoption de mécanismes permettant de centraliser et d'harmoniser le traitement des demandes, et de réduire la paperasse.

RECOMMANDATION 5.9 :

Le Comité recommande que le Programme de participation au capital (PPC) visant la programmation télévisuelle soit évalué afin de déterminer les coûts et les avantages de la présente approche.

Le Comité souligne aussi que le Fonds canadien de télévision, malgré les problèmes qui s'y rattachent, est devenu un instrument clé dans le financement de nombreuses productions canadiennes. En effet, dans son étude sur le Fonds, Mme Catherine Murray conclut que, de tous les instruments de financement visant à promouvoir la production canadienne, c'est le FCT qui, par ses objectifs, est le plus axé sur la culture[6]. Les témoins ont souligné que souvent le manque de clarté des intentions du gouvernement à l'égard du FCT, nuit à la planification et aux investissements.

Il importe selon le Comité de stabiliser l'aide financière et le soutien à la télévision communautaire pour éviter les fluctuations annuelles dues aux décisions prises par les câblodistributeurs canadiens. Plus précisément, **pour assurer un financement stable, il faut clarifier la disposition actuelle du CRTC qui permet à un câblodistributeur de décider de la répartition de ses contributions annuelles à la télévision communautaire et aux fonds pour la programmation canadienne** (voir le chapitre 9).

C'est pourquoi le Comité est d'avis que le FCT, une fois repensé, devrait pouvoir compter sur un financement accru et stable.

RECOMMANDATION 5.10 :

Le Comité recommande que le Fonds canadien de télévision soit reconnu par le gouvernement comme une composante essentielle du système canadien de radiodiffusion. Cette reconnaissance doit s'accompagner d'un financement à long terme stable et plus élevé. Il faudrait transmettre au CRTC une directive obligeant les titulaires de licences, sauf les petits câblodistributeurs, à contribuer au FCT.

RECOMMANDATION 5.9 :

Le Comité recommande que le Programme de participation au capital (PPC) visant la programmation télévisuelle soit évalué afin de déterminer les coûts et les avantages de la présente approche.

Le Comité souligne aussi que le Fonds canadien de télévision, malgré les problèmes qui s'y rattachent, est devenu un instrument clé dans le financement de nombreuses productions canadiennes. En effet, dans son étude sur le Fonds, Mme Catherine Murray conclut que, de tous les instruments de financement visant à promouvoir la production canadienne, c'est le FCT qui, par ses objectifs, est le plus axé sur la culture. Les témoins ont souligné que souvent le manque de clarté des intentions du gouvernement à l'égard du FCT nuit à la planification et aux investissements.

Il importe selon le Comité de stabiliser l'aide financière et le soutien à la télévision communautaire pour éviter les fluctuations annuelles dues aux décisions prises par les câblodistributeurs canadiens. Plus précisément, **pour assurer un financement stable, il faut clarifier la disposition actuelle du CRTC qui permet à un câblodistributeur de décider de la répartition de ses contributions annuelles à la télévision communautaire et aux fonds pour la programmation canadienne** (voir le chapitre 9).

C'est pourquoi le Comité est d'avis que le FCT, une fois repensé, devrait pouvoir compter sur un financement accru et stable.

RECOMMANDATION 5.10 :

Le Comité recommande que le Fonds canadien de télévision soit reconnu par le gouvernement comme une composante essentielle du système canadien de radiodiffusion. Cette reconnaissance doit s'accompagner d'un financement à long terme stable et plus élevé. Il faudrait transmettre au CRTC une directive obligeant les titulaires de licences, sauf les petits câblodistributeurs, à contribuer au FCT.

Promotion de la programmation canadienne et suivi des résultats

Comme il a été mentionné aux chapitres 3 et 4 et comme nous le verrons dans le chapitre 12, la transition au numérique modifiera en profondeur la façon dont nous utiliserons le système pour promouvoir l'écoute d'émissions canadiennes. La réglementation actuelle favorise l'écoute de contenu canadien en établissant des exigences de diffusion hebdomadaire notamment la diffusion « d'émissions prioritaires » pendant les heures de grande écoute.

Il est toutefois clair que la transition à la diffusion et à la distribution en numérique permettra de plus en plus aux télespectateurs de rechercher et de télécharger des émissions à partir de réseaux de télévision, de réseaux de RVP, enregistreur vidéo personnel, ou d'Internet. C'est pourquoi les quotas de diffusion n'auront pas l'effet escompté et la réglementation de la diffusion durant les heures de grande écoute sera donc moins efficace et moins utile. Par conséquent :

RECOMMANDATION 5.11

Le Comité recommande que le gouvernement songe à établir des objectifs précis pour l'ensemble de ses politiques et programmes concernant le contenu canadien et que les organismes et ministères concernés rendent annuellement compte au Parlement de l'atteinte de ces objectifs.

Reconnaissant la complexité de la situation de la radiodiffusion et l'importance d'examiner en temps opportun les modifications apportées aux politiques et aux programmes, le Comité est convaincu qu'il faut plus d'évaluations en profondeur et en temps opportun des modifications apportées.

RECOMMANDATION 5.12

Le Comité recommande que toutes les modifications apportées aux politiques et aux programmes concernant le contenu canadien soient évaluées aux deux ans.

Promotion de la programmation canadienne et suivi des résultats

Comme il a été mentionné aux chapitres 3 et 4 (et comme nous le verrons dans le chapitre 12), la transition au numérique modifiera en profondeur la façon dont nous utiliserons le système pour promouvoir l'écoute d'émissions canadiennes. La réglementation actuelle favorise l'écoute de contenu canadien en établissant des exigences de diffusion hebdomadaire, notamment la diffusion « d'émissions prioritaires » pendant les heures de grande écoute.

Il est toutefois clair que la transition à la diffusion et à la distribution en numérique permettra de plus en plus aux téléspectateurs de rechercher et de télécharger des émissions à partir de réseaux de télévision, de réseaux de RVP (enregistreur vidéo personnel) ou d'Internet. C'est pourquoi les quotas de diffusion n'auront pas l'effet escompté et, la réglementation de la diffusion durant les heures de grande écoute sera donc moins efficace et moins utile. Par conséquent :

RECOMMANDATION 5.11 :

Le Comité recommande que le gouvernement songe à établir des objectifs précis pour l'ensemble de ses politiques et programmes concernant le contenu canadien et que les organismes et ministères concernés rendent annuellement compte au Parlement de l'atteinte de ces objectifs.

Reconnaissant la complexité de la situation de la radiodiffusion et l'importance d'examiner en temps opportun les modifications apportées aux politiques et aux programmes, le Comité est convaincu qu'il faut plus d'évaluations en profondeur et en temps opportun des modifications apportées.

RECOMMANDATION 5.12 :

Le Comité recommande que toutes les modifications apportées aux politiques et aux programmes concernant le contenu canadien soient évaluées aux deux ans.

La politique télévisuelle de 1999 du CRTC

Une question a gravement préoccupé la plupart des témoins qui ont comparu devant le Comité; il s'agit des conséquences, telles que perçues, de la politique télévisuelle de 1999 du CRTC et, plus précisément, sa notion révisée de programmation prioritaire. En effet, pour bien des artistes, créateurs et producteurs indépendants canadiens, la programmation télévisuelle canadienne de langue anglaise est en état de crise. C'est ce qu'a soutenu Mme Murray.

> Le déclin des séries dramatiques télévisuelles canadiennes anglaises (de 12 à 5, selon l'ACTRA) dénote une crise selon ce que rapportait les médias de l'industrie à l'été 2002[63].

De plus, bien des témoins étaient d'avis que la disparition de dramatiques et de comédies spécifiquement canadiennes des écrans de télévision du pays était attribuable à la plus grande souplesse que le CRTC a accordée aux diffuseurs privés dans sa politique de 1999. Ainsi, certains ont prétendu que la politique du CRTC permet aux diffuseurs de présenter des émissions canadiennes aux heures de faible écoute et de compléter leur grilles avec des reprises. De plus, d'autres ont indiqué que la nouvelle politique des émissions prioritaires permet maintenant aux diffuseurs d'acheter ou de produire beaucoup moins de dramatiques au profit d'émissions canadiennes meilleur marché, tels des télé-témoignages. Selon Mme Murray, les grilles d'automne 2002 de CTV et de CanWest Global ne proposent qu'une série canadienne chacune durant les heures de grande écoute[64]. Et d'ajouter :

> Le CRTC a refusé de revoir sa récente décision concernant la politique télévisuelle tant décriée. On a tôt fait de constater que la politique avait pour effet de saper la demande pour une production à contenu canadien élevé. Renversement apparent de la tendance, avec peu ou pas de coordination avec les autres organismes travaillant dans le domaine, la décision a eu un effet considérable[65].

Dans la même veine, notons toutefois l'absence de données pour corroborer les dires des témoins. Comme M. David Keeble l'a dit dans un document préparé pour le Comité :

> ... quand on examine les statistiques sur l'écoute, il n'est pas évident pour le téléspectateur que l'effet sur le système est important. De 1999 à 2001, l'écoute de dramatiques canadiennes a diminué, mais

> pas énormément, l'écoute de « l'autre » catégorie a augmenté, et celle de la musique et des variétés est restée stable. Il n'est pas certain que le téléspectateur ait remarqué la diminution des dramatiques canadiennes durant cette période, même si c'est le cas de l'industriel[66].

De même, le CRTC est d'avis qu'il est trop tôt pour évaluer l'incidence de la politique, mais que :

> Dans ses décisions de renouvellement de licences, le Conseil a indiqué qu'il surveillerait et évaluerait les pratiques d'horaires pour les émissions prioritaires canadiennes et les niveaux d'auditoire qu'elles attirent, afin de vérifier si les objectifs de la politique télévisuelle sont atteints[67].

Cela dit, le CRTC a commandé à Mme Trina McQueen une étude sur la situation des dramatiques de langue anglaise au Canada. Un des mémoires qu'elle a reçus a fait beaucoup de bruit. Il s'agit de celui de la Canadian Coalition of Audio-Visual Unions (CCAU) qui prétend qu'il y a deux problèmes dans la politique télévisuelle du CRTC : d'abord, la proportion d'émissions prioritaires autres que les dramatiques augmente; puis, les diffuseurs relèguent ces émissions à des heures ou des périodes de l'année de faible écoute.

Le Comité souligne que le mémoire présenté par la Coalition à Mme McQueen est important pour deux raisons. D'abord, il révèle à quel point les créateurs canadiens sont dans l'ensemble profondément perturbés par les effets qu'ils ont ressentis durant le peu de temps depuis que le CRTC a adopté sa nouvelle politique. Ensuite, il dénote le besoin de données plus complètes sur la programmation et la diffusion[68].

Le Comité est fort préoccupé par ce qu'il a entendu des témoins concernant des éléments précis de la politique télévisuelle du Conseil. Selon lui, une politique et une réglementation efficaces revêtent une importance cruciale pour la bonne marche du système de radiodiffusion au Canada. Par conséquent, le Comité conclut qu'il faut agir sans délai pour mieux comprendre en quoi la nouvelle politique du Conseil influe sur la production, la programmation et la diffusion des émissions de télévision canadiennes. À cette fin :

RECOMMANDATION 5.13 :

Le Comité recommande que le CRTC reçoive, par décret, la directive de revoir sa politique de 1999 afin de favoriser la diffusion d'émissions prioritaires durant les heures de grande écoute.

H. Conclusion

Produire des émissions de télévision canadiennes de haute qualité est un défi qui se pose depuis les années 1950. Face à cette réalité, le Comité est d'avis qu'il est essentiel d'élaborer des politiques cohérentes de production et de diffusion d'émissions de télévision canadiennes, tels des dramatiques, des documentaires et des émissions pour enfants. Le Canada est un petit marché divisé en deux marchés plus petits (anglais et français), et la production d'émissions télévisuelles de qualité coûtent très cher. Étant donné les défis à relever, nous avons fort bien réussi. Ainsi, comme bien des témoins l'ont dit devant le Comité, nos émissions françaises et anglaises pour enfants ont du succès ici et à l'étranger.

Selon le Comité, le principal défi consistera à nous concentrer de manière plus cohérente sur les objectifs que nous nous sommes fixés pour le système de radiodiffusion et sur la conception de mesures de soutien mises en place pour atteindre ces objectifs. Il faut absolument qu'il y ait des programmes efficaces et efficients de soutien à la programmation télévisuelle canadienne et il faut prendre grand soin de s'assurer que de tels programmes sont en place, qu'il sont bien gérés et qu'ils disposent de fonds suffisants. L'avenir sera difficile, mais le Comité ne voit pas pourquoi les producteurs et les diffuseurs canadiens ne pourraient miser sur leurs succès actuels et continuer de produire des émissions de télévision que les Canadiens voudront regarder avec fierté.

Notes en fin de chapitre

1 *Rapport d'examen du Fonds canadien de télévision*, Patrimoine canadien, Direction générale des examens ministériels, ministère du Patrimoine canadien, mars 2000, page 42 de l'anglais.
2 Avis public CRTC 1999-97
3 *Ibid.*
4 Avis public CRTC 1999-205
5 Avis public CRTC 1999-97
6 *Ibid.*
7 *Ibid.*

RECOMMANDATION 5.13 :

Le Comité recommande que le CRTC reçoive, par décret, la directive de revoir sa politique de 1999 afin de favoriser la diffusion d'émissions prioritaires durant les heures de grande écoute.

H. Conclusion

Produire des émissions de télévision canadiennes de haute qualité est un défi qui se pose depuis les années 1950. Face à cette réalité, le Comité est d'avis qu'il est essentiel d'élaborer des politiques cohérentes de production et de diffusion d'émissions de télévision canadiennes, tels des dramatiques, des documentaires et des émissions pour enfants. Le Canada est un petit marché divisé en deux marchés plus petits (anglais et français) et la production d'émissions télévisuelles de qualité coûtent très cher. Étant donné les défis à relever, nous avons fort bien réussi. Ainsi, comme bien des témoins l'ont dit devant le Comité, nos émissions françaises et anglaises pour enfants ont du succès ici et à l'étranger.

Selon le Comité, le principal défi consistera à nous concentrer de manière plus cohérente sur les objectifs que nous nous sommes fixés pour le système de radiodiffusion et sur la conception de mesures de soutien mises en place pour atteindre ces objectifs. Il faut absolument qu'il y ait des programmes efficaces et efficients de soutien à la programmation télévisuelle canadienne et il faut prendre grand soin de s'assurer que de tels programmes sont en place, qu'il sont bien gérés et qu'ils disposent de fonds suffisants. L'avenir sera difficile, mais le Comité ne voit pas pourquoi les producteurs et les diffuseurs canadiens ne pourraient miser sur leurs succès actuels et continuer de produire des émissions de télévision que les Canadiens voudront regarder avec fierté.

Notes en fin de chapitre

1. Rapport [illegible] Patrimoine canadien, Direction générale des [illegible] ministère du Patrimoine canadien, mars 2000, page 42 de l'anglais.
2. Avis public CRTC 1999-97.
3. Ibid.
4. Avis public CRTC 1999-20[illegible].
5. Avis public CRTC 1999-97.
6. Ibid.
7. Ibid.

8 *Ibid.*
9 *Ibid.*
10 *Ibid.*
11 *Ibid.*
12 *Ibid.*
13 *Ibid.*
14 *Ibid.*
15 Et ce qui est intéressant, la radiodiffusion a été un dossier préoccupant avant ceux du théâtre, des musées, des revues, du film et du livre.
16 Un court historique des politiques régissant le contenu canadien est présentée à l'annexe 8.
17 Board of Broadcast Governors, *Annual Report of the Board of Broadcast Governors*, 30 juin 1960, p. 23.
18 Andrew Stewart et William H.N. Hull, *Canadian Television Policy and the Board of Broadcast Governors, 1958–1968* (Edmonton, University of Alberta Press, 1999), p. 35.
19 *Ibid.*, p. 30-31.
20 *Ibid.*, p. 41.
21 Paul Rutherford, *The Making of the Canadian Media* (Toronto, McGraw-Hill, 1978), p. 114.
22 Réunion du Comité permanent du Patrimoine canadien, 7 mai 2002.
23 Certaines chaines spécialisées, telles A&E, sont diffusées par des sociétés de communication par câble et par satellite, de sorte qu'il ne serait pas pratique de vendre des droits canadiens pour des émissions diffusées sur ces chaines.
24 http://www.onf.ca
25 Il s'agit des organismes suivants : Newfoundland & Labrador Film Development Corporation, Film Nouveau-Brunswick, Nova Scotia Film Development Corporation, Technology PEI, Société de développement des entreprises culturelles, Ontario Media Development Corporation, Manitoba Film & Sound, Saskatchewan Film & Video Development Corporation, Alberta Film, North West Territories Film Commission, British Columbia Film et Yukon Film Commission.
26 Pour qui ne les connait pas, leurs prénoms sont Maurice, Jean et Gaetan, Yvon, Dominique et Jean.
27 Rapport de la Commission royale sur la radiodiffusion (Commission Fowler) (Ottawa, Imprimeur de la Reine, 1957), p. 66.
28 Chiffres du FCT pour 2001-2002, cités en page 40 de *More Money Blues* du Dr. Catherine Murray. *More Money Blues, Review of Financial Support for Canadian Television Production*. Document preparé pour le Comité permanent du patrimoine canadien, 31 août 2002.
29 Alliance/Atlantis connait du succès à la télévision réseau américaine avec sa série et sa dérivée, CSI. À noter toutefois que le projet pilote de CSI a été produit par Disney, qui s'est retiré du projet, après quoi il a été cédé à Alliance par le réseau, de sorte que ce n'est pas la société canadienne qui en a assumé le risque.
30 Réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, 27 novembre 2001.
31 Toutes les estimations sont en dollars US.
32 Réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, 21 mars 2002.
33 Réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, 19 mars 2002.
34 Réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, 9 mai 2002.
35 Réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, 27 novembre 2001.
36 Sonya Jampolsky, présidente, Nova Scotia Film & Television Producers Association, réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, 30 avril 2001.
37 Réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, 30 avril 2001.
38 Réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, 28 février 2002.
39 Réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, 1er mai 2002.
40 Réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, 29 novembre 2001.
41 *Ibid.*
42 Réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, 30 avril 2001.
43 Réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, 28 février 2002.
44 Réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, 29 novembre 2001.
45 Réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, 30 avril 2001.
46 Réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, 1er mai 2002.
47 Réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, 28 février 2002.

48 David Keeble, *Canadian Content in the Digital Transition*, préparé pour le Comité permanent du patrimoine canadien, septembre 2002, p. 9.

49 Réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, 21 mai 2002.

50 Réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, 7 mai 2002.

51 L'expression « ministère concerné » revient dans plusieurs recommandations du rapport. La raison en est que, dans la recommandation 19.1, nous encourageons le gouvernement d'envisager la création d'un ministère des communications ayant pour mandat de soutenir les secteurs de la radiodiffusion, des télécommunications et de la culture.

52 Catherine Murray, p. 20.

53 www.fondscanadiendetele.ca

54 Le Fonds du long métrage du Canada (FLMC) créé en 2000 « soutient les longs métrages qui obtiennent au moins 8 points sur 10 selon le barème du BCPAC et donne la priorité aux projets comportant des éléments créateurs importants, notamment des sujets, des thèmes, des artistes et des techniciens canadiens. »

55 Réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, 1er mai 2002.

56 Deux exemples illustrent bien cette question : 1) Si un Canadien en voyage au Kenya rédige un article de magazine sur la santé dans ce pays pendant son séjour et si l'article est publié dans un magazine canadien, le contenu rédactionnel de cet article est réputé canadien. 2) L'écrivain Rohinton Mistry a immigré au Canada et a ensuite écrit un roman intitulé *A Fine Balance*, dont l'action se déroule en Inde. Ce roman ne décrit ni ne mentionne le Canada; mais s'il est publié par un éditeur canadien, il est classé dans la catégorie titre d'auteur canadien.

57 *Rapport d'examen du Fonds canadien de télévision*, p. 104.

58 *Ibid.*

59 Mémoire présenté lors de l'Examen du contenu canadien des productions cinématographiques et télévisuelles (*Le contenu canadien au XXIe siècle*), www.pch.gc.ca

60 *Appartenance et identité : L'évolution du rôle du gouvernement fédéral pour soutenir la culture au Canada*, rapport du Comité permanent du patrimoine canadien (Ottawa : Chambre des communes, 1999).

61 *Rapport d'examen du Fonds canadien de télévision*.

62 Catherine Murray, *More Money Blues. Review of Financial Support for Canadian Television Production*, préparé pour le Comité permanent du patrimoine canadien, 31 août 2002, p. 23.

63 *Ibid.*, p. 6.

64 *Ibid.*, p. 6.

65 *Ibid.*, p. 43.

66 Keeble, p. 10-11.

67 Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes, *Rapport de surveillance de la politique sur la radiodiffusion 2002*, p. 53.

68 L'analyse de la CCAU sur la diffusion des émissions est fondée sur un échantillon de trois grands diffuseurs canadiens de la région de Toronto-Hamilton et brosse au mieux un tableau incomplet de ce qui se passe au Canada.

ÉTAT DU SYSTÈME

Chapitre 6

Le radiodiffuseur public national

La radiodiffusion devient de plus en plus un service public et, étant donné son importance en tant que moyen de promouvoir l'unité nationale, il nous semble raisonnable de croire qu'une partie des dépenses du système provienne des fonds publics.

Commission royale de la radiodiffusion, 1929

C'est donc le devoir du Parlement de la sauvegarder de façon que l'ensemble de la population bénéficie de ses services.

Premier ministre R.B. Bennett, 1932

La radiodiffusion est le moyen le plus puissant par lequel les pays et les citoyens d'aujourd'hui partagent leur expérience, acquièrent un sentiment d'identité nationale, comprennent leur culture et apprennent à se connaître.

A.W. Johnson, président de la SRC, cité dans le Rapport du Comité d'étude de la politique culturelle fédérale, 1981

La Société Radio-Canada, l'Office national du film et Téléfilm Canada ont été créés par le Parlement pour doter les Canadiens d'une voix puissante dans leur propre pays. Depuis leur création, le monde a beaucoup changé, mais le projet public reste valable.

Faire entendre nos voix : le cinéma et la télévision au XXIe siècle, 1996.

Le concept d'un radiodiffuseur public national ayant pour mission de protéger l'intérêt public dans la radiodiffusion canadienne n'est pas nouveau. Comme il est expliqué au chapitre 2, l'intérêt public et national a été une préoccupation du Parlement tout au long des quelque 70 ans de l'évolution de la politique de radiodiffusion. Cela transparaît dans la *Loi sur la radiodiffusion* la plus récente (1991) qui précise que notre système « offre, par sa programmation, un service public essentiel pour le maintien et la valorisation de l'identité nationale et de la souveraineté culturelle ».

ÉTAT DU SYSTÈME

Chapitre 6
Le radiodiffuseur public national

La radiodiffusion devient de plus en plus un service public et, étant donné son importance en tant que moyen de promouvoir l'unité nationale, il nous semble raisonnable de croire qu'une partie des dépenses du système provienne des fonds publics.

Commission royale de la radiodiffusion, 1929

C'est donc le devoir du Parlement de la sauvegarder de façon que l'ensemble de la population bénéficie de ses services.

Premier ministre R.B. Bennett, 1932

La radiodiffusion est le moyen le plus puissant par lequel les pays et les citoyens d'aujourd'hui partagent leur expérience, acquièrent un sentiment d'identité nationale, comprennent leur culture et apprennent à se connaître.

A.W. Johnson, président de la SRC, cité dans le Rapport du Comité d'étude de la politique culturelle fédérale, 1981

La Société Radio-Canada, l'Office national du film et Téléfilm Canada ont été créés par le Parlement pour doter les Canadiens d'une voix puissante dans leur propre pays. Depuis leur création, le monde a beaucoup changé, mais le projet public reste valable.

Faire entendre nos voix : le cinéma et la télévision au XXIe siècle, 1996.

Le concept d'un radiodiffuseur public national ayant pour mission de protéger l'intérêt public dans la radiodiffusion canadienne n'est pas nouveau. Comme il est expliqué au chapitre 2, l'intérêt public et national a été une préoccupation du Parlement tout au long des quelque 70 ans de l'évolution de la politique de radiodiffusion. Cela transparaît dans la *Loi sur la radiodiffusion* la plus récente (1991), qui précise que notre système « offre, par sa programmation, un service public essentiel pour le maintien et la valorisation de l'identité nationale et de la souveraineté culturelle ».

Parallèlement à cette volonté bien ancrée de protéger l'intérêt public dans la radiodiffusion, il a été constamment reconnu qu'un radiodiffuseur public national doit servir à informer, à éduquer et à divertir les gens. C'est pourquoi un radiodiffuseur public canadien a été créé en 1932, et tout examen de la radiodiffusion canadienne depuis cette époque fait ressortir la nécessité d'un radiodiffuseur public solide.

Le présent chapitre porte sur la situation du radiodiffuseur public du Canada et sur son avenir. La partie A examine des points de vue internationaux sur la radiodiffusion publique. La partie B relate ce que les témoins ont dit au sujet de la Société Radio-Canada. La partie C traite de la difficulté de définir la place qu'occupe la radiodiffusion publique dans un contexte où les choix sont de plus en plus nombreux.

A. Perspectives internationales

Avec le temps, de nombreux pays — particulièrement les démocraties occidentales — ont établi des idéaux semblables de radiodiffusion publique. Par exemple, au Royaume-Uni, le mandat de la British Broadcasting Corporation (BBC) a toujours été d'éduquer, d'informer et de divertir. Aux États-Unis, le Public Broadcasting System (PBS) met l'accent sur l'information et sur l'éducation. De même, les réseaux Arbeitsgemeinschaft der Öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten des Bundersrepublik Deutschland (ARD) et Zweites Deutsches Fernsehen (ZDF) ont toujours mis l'accent sur l'information et sur le divertissement de haute qualité. De plus, en Australie, la Charter for the Australian Broadcasting Corporation (ABC) stipule que la Corporation doit contribuer à donner un sens d'identité nationale et à informer et à divertir et qu'elle doit diffuser des émissions de nature éducative[1].

Toutefois, au-delà des similitudes dans les mandats, il devient rapidement difficile de comparer les divers radiodiffuseurs publics. Les raisons les plus importantes ont probablement trait aux diverses structures de gestion, aux modalités de financement, aux langues et aux contextes sur le plan concurrentiel. En outre, les définitions conventionnelles de la radiodiffusion publique (p. ex. de grands radiodiffuseurs publics recevant des fonds publics importants[2]) ont tendance à exclure les petits services spécialisés sans but lucratif ou recevant des subventions gouvernementales[3]. En fait, des centaines de millions de dollars sont dépensés chaque année par les administrations fédérale et provinciales et par certains radiodiffuseurs canadiens qui, selon toute définition

raisonnable — devraient être considérés comme des services de radiodiffusion publics.

Nonobstant ces contraintes, les observateurs essaient souvent de comparer la Société Radio-Canada avec les radiodiffuseurs publics d'autres pays, particulièrement la BBC. Mais cette comparaison n'est pas juste. Le Royaume-Uni est un pays extrêmement petit et en grande partie unilingue établi sur un archipel situé au large de la côte de l'Europe[4]. Ses voisins européens n'utilisent pas l'anglais dans leur radiodiffusion quotidienne et il est pratiquement impossible de recevoir les signaux hertziens provenant de l'Europe continentale au Royaume-Uni (sauf les ondes courtes). De plus, la BBC reçoit un droit de licence d'une population qui est plus que le double de celle du Canada pour financer ses activités[5].

La conjugaison des facteurs susmentionnés est un autre aspect propre à la réalité canadienne. La plupart des radiodiffuseurs publics se sont vus accorder un statut de monopole ou de quasi-monopole pour empêcher que les ondes ne soient surchargées par des réseaux commerciaux ou spécialisés. Toutefois, les pionniers de la radiodiffusion publique canadienne ont dû faire face à un autre facteur : plus de 80 % des Canadiens peuvent recevoir des signaux hertziens des États-Unis. Autrement dit, contrairement à ses pendants étrangers, le radiodiffuseur public national du Canada a dû dès le départ soutenir la concurrence du meilleur producteur de divertissement populaire du monde occidental.

Pour sa part, la BBC détenait un monopole jusqu'à ce que la déréglementation limitée autorise la création d'un réseau privé, ITV, en 1954; elle n'a pas dû composer avec la prolifération des chaînes avant les années 1980. Comme Peter Humphreys l'a expliqué, en une semaine en 1980, les téléspectateurs britanniques pouvaient choisir parmi 300 heures de télévision offertes par trois chaînes (BBC1, BBC2 et ITV). Aujourd'hui, les ménages du Royaume-Uni ayant une télévision à canaux multiples ont le choix de 40 000 heures d'émissions présentées par plus de 250 chaînes[6]. En effet, l'arrivée de la concurrence entre le câble et le satellite est un phénomène que tous les radiodiffuseurs publics sont forcés d'accepter et d'affronter par les temps qui courent.

Il y a eu diverses réactions jusqu'à présent face à l'augmentation de la concurrence du secteur privé. Dans de nombreux pays, les radiodiffuseurs publics ont lancé de nouveaux services de télévision. Ici au Canada, la SRC exploite deux services d'information continue, un service spécialisé et deux autres services spécialisés, en collaboration avec des partenaires du secteur

privé. Au R.-U., la BBC a lancé de nouvelles chaines, notamment BBC News, BBC Choice, BBC Parliament et une chaine d'apprentissage. En Allemagne, ARD et ZDF ont lancé des services parlementaires, historiques et destinés aux enfants.

La EBC a commandé plusieurs études sur la façon dont les radiodiffuseurs publics se sont adaptés au changement. Par exemple, dans le cadre d'une étude effectuée par McKinsey & Company, vingt radiodiffuseurs publics sur quatre continents ont été examinés. D'après le rapport, les radiodiffuseurs de service public se réadaptent de trois façons : en mettant l'accent sur le caractère distinct plutôt que sur la part du marché (p. ex. PBS aux États-Unis); en insistant sur la part du marché plutôt que sur leur caractère distinct (p. ex. RAI en Italie); ou en trouvant un équilibre entre la part du marché et le caractère distinct (p. ex. SATV en Afrique du Sud)[7].

McKinsey a également trouvé que les radiodiffuseurs publics ont contribué à « élever la norme » en exerçant des pressions sur les radiodiffuseurs privés pour produire certains types d'émissions de haute qualité. Les auteurs notent par exemple que la production par la BBC de *Pride and Prejudice* a encouragé ITV à créer *Moll Flanders*. De même, les chaines ARD et ZDF en Allemagne — grâce à la grande part de l'auditoire qu'elles retiennent — ont (peut-être par défaut) obligé les radiodiffuseurs à produire une programmation de plus grande qualité pour rester concurrentiels.

Enfin, et il fallait bien s'y attendre, une relation étroite a été constatée entre les niveaux et sources de financement du radiodiffuseur public (c.-à-d. les droits des licences, les subventions gouvernementales, la publicité, les commandites, etc.) et la capacité d'un radiodiffuseur public à maintenir sa part de l'auditoire. Par exemple, dans les contextes où les radiodiffuseurs publics ont été forcés de chercher à accroître leur part du marché (p. ex. en Espagne et au Portugal), on a constaté que les normes générales du marché ont rapidement chuté au plus bas dénominateur commun[8]. En outre, dans les pays où le radiodiffuseur public était obligé d'avoir recours davantage aux recettes provenant des annonces publicitaires, une grille plus populiste et moins distinctive en a résulté[9].

La figure 6.1 permet de comparer les fonds publics affectés à la radiodiffusion publique au Canada avec ceux d'autres pays de l'OCDE. Elle indique qu'en 1999, le Canada s'est classé beaucoup plus bas que la moyenne des pays de l'OCDE et tout juste au-dessus du Portugal et de la Pologne pour ce qui est des dépenses engagées dans la radiodiffusion

publique nationale, dépenses qui sont présentées sous forme de pourcentage du PIB. Pour leur part, la Finlande, le Danemark, la Norvège et le Royaume-Uni ont occupé les quatre premiers rangs; leurs dépenses étaient de trois ou quatre fois supérieures au financement attribué à la SRC au Canada.

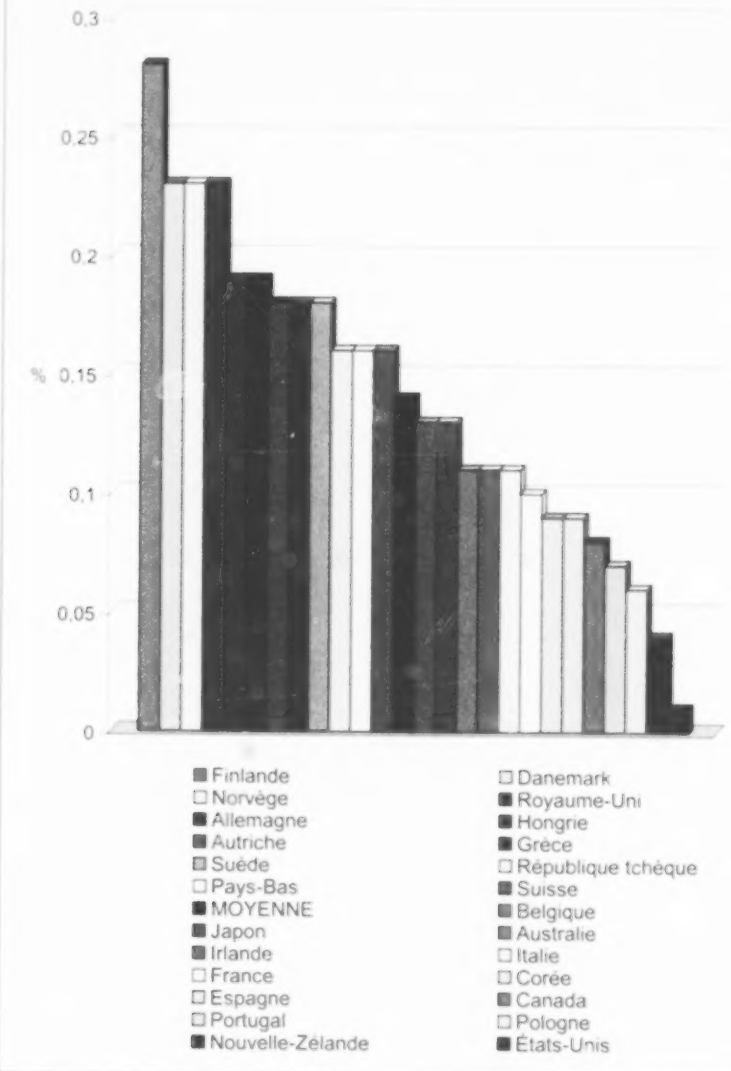
Cela étant dit, même si ces données sont utiles à des fins de comparaison, le Comité reconnaît qu'elles ne représentent nullement une mesure complète des dépenses publiques relatives à la radiodiffusion dans chacun de ces pays. En ce qui concerne le Canada, par exemple, les données n'englobent pas l'aide fédérale et provinciale au secteur canadien de la production, les crédits d'impôt fédéraux et provinciaux, ni les fonds publics directs et indirects qui appuient les radiodiffuseurs privés, sans but lucratif et éducatifs du pays. De plus, les radiodiffuseurs publics ont des fonctions considérablement différentes d'un pays à l'autre. Certains, comme l'Australian Broadcasting Corporation (ABC), jouent un rôle semblable à celui de la SRC et exploitent plusieurs réseaux nationaux de radio et de télévision. D'autres tels que le Public Broadcasting System (PBS) et le National Public Radio (NPR) des États-Unis sont moins polyvalents.

Il est difficile de comparer les grands radiodiffuseurs publics, mais il l'est moins de démontrer la raison pour laquelle les radiodiffuseurs publics continuent d'avoir leur place. Jeannette Steemers a notamment fait remarquer ce qui suit dans un document publié récemment :

> Historiquement, le radiodiffuseur public se justifiait pour des raisons techniques (le manque de fréquences) et à cause de la philosophie sous-jacente quant aux valeurs normatives intangibles liées à la démocratie de style occidental, comme la diversité, le pluralisme, le service universel, le maintien de l'identité culturelle et, plus récemment, la promotion d'une culture commune, qui comprend et reconnaît divers groupes dans la société plutôt que simplement une croyance en un mode de vie en particulier. Ces valeurs forment également la base de l'argument en faveur de l'extension de la radiodiffusion publique à l'ère des nouvelles technologies[10].

Autrement dit, à mesure que nous progressons dans une période où les pays partageront facilement et volontairement toutes les formes de perspectives culturelles, la radiodiffusion publique pourrait bien apparaître comme une source importante d'expression distincte et précise de cultures et de valeurs nationales. Le reste du chapitre sera consacré à la situation actuelle et aux perspectives d'avenir du radiodiffuseur public national, la SRC.

Figure 6.1 Financement public des radiodiffuseurs publics dans les pays de l'OCDE selon le pourcentage du PIB (1999)



B. Société Radio-Canada

Mandat

Comme il est indiqué au chapitre 2, la *Loi canadienne de la radiodiffusion* de 1932 a créé la Commission canadienne de radio-diffusion, le premier organisme public de radiodiffusion et de réglementation du Canada. Moins de quatre ans plus tard, en 1936, une nouvelle loi a remplacé la CCRD par la Société Radio-Canada (SRC).

La *Loi canadienne de la radiodiffusion* de 1936 a donné plus d'indépendance à la SRC que la loi précédente, mais elle apportait peu de précisions quant aux attentes du Parlement à l'égard du service de radiodiffusion public national du Canada. Ainsi, de 1936 à 1957, la SRC a élaboré et exploité ses services de radiodiffusion en français et en anglais comme elle l'entendait.

En 1958, la SRC a été dépouillée de ses responsabilités de réglementation à la suite de l'adoption de la nouvelle *Loi sur la radiodiffusion* et de la création d'un nouvel organisme de réglementation, le Bureau des gouverneurs de la radiodiffusion (BGR). Toutefois, le mandat de la Société restait nébuleux et seul un bref libellé indiquait que la SRC avait pour objet d'exploiter un service national de radiodiffusion. En conséquence, le BGR et la SRC étaient souvent en désaccord quant à la place de cette dernière dans le système canadien de radiodiffusion.

Dix ans plus tard, la SRC a reçu son premier mandat, avec l'adoption de la *Loi sur la radiodiffusion* de 1968 et elle a été officiellement reconnue comme étant le service de radiodiffusion national du Canada.

Mandat de la SRC en vertu de la *Loi sur la radiodiffusion* de 1968

g) le service national de radiodiffusion devrait :

(i) être un service équilibré qui renseigne, éclaire et divertisse des personnes de tous âges, aux intérêts et aux goûts divers, et qui offre une répartition équitable de toute la gamme de la programmation,

f) ... a une teneur et une nature principalement canadiennes;

B. Société Radio-Canada

Mandat

Comme il est indiqué au chapitre 2, la *Loi canadienne de la radiodiffusion* de 1932 a créé la Commission canadienne de radio-diffusion, le premier organisme public de radiodiffusion et de réglementation du Canada. Moins de quatre ans plus tard, en 1936, une nouvelle loi a remplacé la CCRD par la Société Radio-Canada (SRC).

La *Loi canadienne de la radiodiffusion* de 1936 a donné plus d'indépendance à la SRC que la loi précédente, mais elle apportait peu de précisions quant aux attentes du Parlement à l'égard du service de radiodiffusion public national du Canada. Ainsi, de 1936 à 1957, la SRC a élaboré et exploité ses services de radiodiffusion en français et en anglais comme elle l'entendait.

En 1958, la SRC a été dépouillée de ses responsabilités de réglementation à la suite de l'adoption de la nouvelle *Loi sur la radiodiffusion* et de la création d'un nouvel organisme de réglementation, le Bureau des gouverneurs de la radiodiffusion (BGR). Toutefois, le mandat de la Société restait nébuleux et seul un bref libellé indiquait que la SRC avait pour objet d'exploiter un service national de radiodiffusion. En conséquence, le BGR et la SRC étaient souvent en désaccord quant à la place de cette dernière dans le système canadien de radiodiffusion.

Dix ans plus tard, la SRC a reçu son premier mandat avec l'adoption de la *Loi sur la radiodiffusion* de 1968 et elle a été officiellement reconnue comme étant le service de radiodiffusion national du Canada.

Mandat de la SRC en vertu de la *Loi sur la radiodiffusion* de 1968

g) le service national de radiodiffusion devrait :

(i) être un service équilibré qui renseigne, éclaire et divertisse des personnes de tous âges, aux intérêts et aux goûts divers, et qui offre une répartition équitable de toute la gamme de la programmation,

f) ... a une teneur et une nature principalement canadiennes;

(ii) être étendu à toutes les régions du Canada, au fur et à mesure que des fonds publics deviennent disponibles,

(iii) être de langue anglaise et de langue française, répondre aux besoins particuliers des diverses régions et contribuer activement à la fourniture et à l'échange d'information et de divertissement d'ordre culturel et régional,

(iv) contribuer au développement de l'unité nationale et exprimer constamment la réalité canadienne.

Vingt-trois ans plus tard, soit en 1991, la *Loi* et le mandat de la Société ont été modifiés. En résumé, depuis 1991, la Société doit « contribuer au partage d'une conscience et d'une identité nationale, être offerte de la manière la plus adéquate et efficace, au fur et à mesure de la disponibilité des moyens, être typiquement canadienne, être de qualité équivalente en français et en anglais, refléter la situation et les besoins particuliers des deux collectivités de langue officielle, y compris ceux des minorités de l'une ou l'autre langue, refléter le caractère multiculturel et multiracial du Canada, refléter la globalité canadienne et rendre compte de la diversité régionale du pays[11] ».

Mandat de la SRC en vertu de la *Loi sur la radiodiffusion* de 1991

l) la Société Radio-Canada, à titre de radiodiffuseur public national, devrait offrir des services de radio et de télévision qui comportent une très large programmation qui renseigne, éclaire et divertit;

m) la programmation de la Société devrait à la fois :

(v) être principalement et typiquement canadienne,

(vi) refléter la globalité canadienne et rendre compte de la diversité régionale du pays, tant au plan national qu'au niveau régional, tout en répondant aux besoins particuliers des régions,

(vii) contribuer activement à l'expression culturelle et à l'échange des diverses formes qu'elle peut prendre,

(viii) être offerte en français et en anglais, de manière à refléter la situation et les besoins particuliers des deux collectivités de langue officielle, y compris ceux des minorités de l'une ou l'autre langue,

(ix) chercher à être de qualité équivalente en français et en anglais,

(x) contribuer au partage d'une conscience et d'une identité nationales,

(xi) être offerte partout au Canada de la manière la plus adéquate et efficace, au fur et à mesure de la disponibilité des moyens,

(xii) refléter le caractère multiculturel et multiracial du Canada.

Depuis l'adoption de la *Loi* de 1991, la SRC se trouve dans un environnement en constante évolution. De nombreux nouveaux services spécialisés et services de télévision hertzienne ont été autorisés, les auditoires se sont fragmentés rapidement et Internet a suscité l'intérêt général. Parallèlement, le budget de la SRC n'a pas été indexé pour tenir compte de l'inflation, mais il a plutôt subi des compressions périodiques.

Pour faire face à ses difficultés, la SRC a parfois été contrainte de prendre des décisions qui ont été mal accueillies. Par exemple, elle ne diffuse plus autant d'émissions locales de nouvelles et d'affaires publiques, et elle a réduit le nombre d'émissions locales et régionales autres que des nouvelles qu'elle produit et achète.

En 2000, la SRC a déployé une stratégie de transformation d'entreprise pour orienter ses activités dans le milieu concurrentiel des communications d'aujourd'hui. Plus particulièrement, et compte tenu de son mandat de service public énoncé dans la *Loi*, la SRC s'est fixé les priorités suivantes :

- présenter des émissions canadiennes particulières et de grande qualité;
- utiliser tous les actifs disponibles afin de réinvestir dans la programmation canadienne et de l'appuyer;

(ii) être etendu à toutes les régions du Canada, au fur et à mesure que des fonds publics deviennent disponibles,

(iii) être de langue anglaise et de langue française, répondre aux besoins particuliers des diverses régions et contribuer activement à la fourniture et à l'échange d'information et de divertissement d'ordre culturel et régional,

(iv) contribuer au développement de l'unité nationale et exprimer constamment la réalité canadienne.

Mandat de la SRC en vertu de la *Loi sur la radiodiffusion* de 1991

l) la Société Radio-Canada, à titre de radiodiffuseur public national, devrait offrir des services de radio et de télévision qui comportent une très large programmation qui renseigne, éclaire et divertit;

m) la programmation de la Société devrait à la fois :

(v) être principalement et typiquement canadienne,

(vi) refléter la globalité canadienne et rendre compte de la diversité régionale du pays, tant au plan national qu'au niveau régional, tout en répondant aux besoins particuliers des régions,

(vii) contribuer activement à l'expression culturelle et à l'échange des diverses formes qu'elle peut prendre,

(viii) être offerte en français et en anglais, de manière à refléter la situation et les besoins particuliers des deux collectivités de langue officielle, y compris ceux des minorités de l'une ou l'autre langue,

(ix) chercher à être de qualité équivalente en français et en anglais,

(x) contribuer au partage d'une conscience et d'une identité nationales,

(xi) être offerte partout au Canada de la manière la plus adéquate et efficace, au fur et à mesure de la disponibilité des moyens,

(xii) refléter le caractère multiculturel et multiracial du Canada.

Depuis l'adoption de la *Loi* de 1991, la SRC se trouve dans un environnement en constante évolution. De nombreux nouveaux services spécialisés et services de télévision payante ont été annoncés, les auditoires se sont fragmentés rapidement et Internet a soustrait l'intérêt général. Parallèlement, le budget de la SRC n'a pas été indexé pour tenir compte de l'inflation, mais il a plutôt subi des compressions périodiques.

Pour faire face à ses difficultés, la SRC a parfois été contrainte de prendre des décisions qui ont été mal accueillies. Par exemple, elle ne diffuse plus autant d'émissions locales de nouvelles et d'affaires publiques, et elle a réduit le nombre d'émissions locales et régionales autres que des nouvelles qu'elle produit et achète.

En 2000, la SRC a déployé une stratégie de transformation d'entreprise pour orienter ses activités dans le milieu concurrentiel des communications d'aujourd'hui. Plus particulièrement, et compte tenu de son mandat de service public énoncé dans la *Loi*, la SRC s'est fixé les priorités suivantes :

- présenter des émissions canadiennes particulières et de grande qualité;
- utiliser tous les actifs disponibles afin de réinvestir dans la programmation canadienne et de l'appuyer.

- maximiser les partenariats et les alliances stratégiques afin d'atteindre les objectifs de programmation de la SRC et d'appuyer les initiatives à cet égard.

Le Comité tient à féliciter la SRC pour les efforts qu'elle déploie afin de se repositionner comme source d'émissions canadiennes de qualité qui reflètent les cultures et les valeurs du Canada.

Profil des services

La SRC fait rapport annuellement au Parlement par l'intermédiaire du ministre du Patrimoine canadien. Elle exploite quatre réseaux radiophoniques sans publicité et deux réseaux de télévision qui diffusent des émissions en français et en anglais d'un océan à l'autre. Elle offre également :

- des services radiophoniques et télévisuels dans le Nord du Canada;
- deux services de télévision d'information et de nouvelles 24 heures sur 24 (CBC Newsworld et le Réseau de l'information);
- trois services de télévision spécialisée – Country Canada, ARTV et le Canadian Documentary Channel;
- des services Internet en anglais et en français;
- des services de programmation par Internet s'adressant aux jeunes francophones et anglophones;
- Galaxie, un service audionumérique payant offrant 30 chaînes de musique.

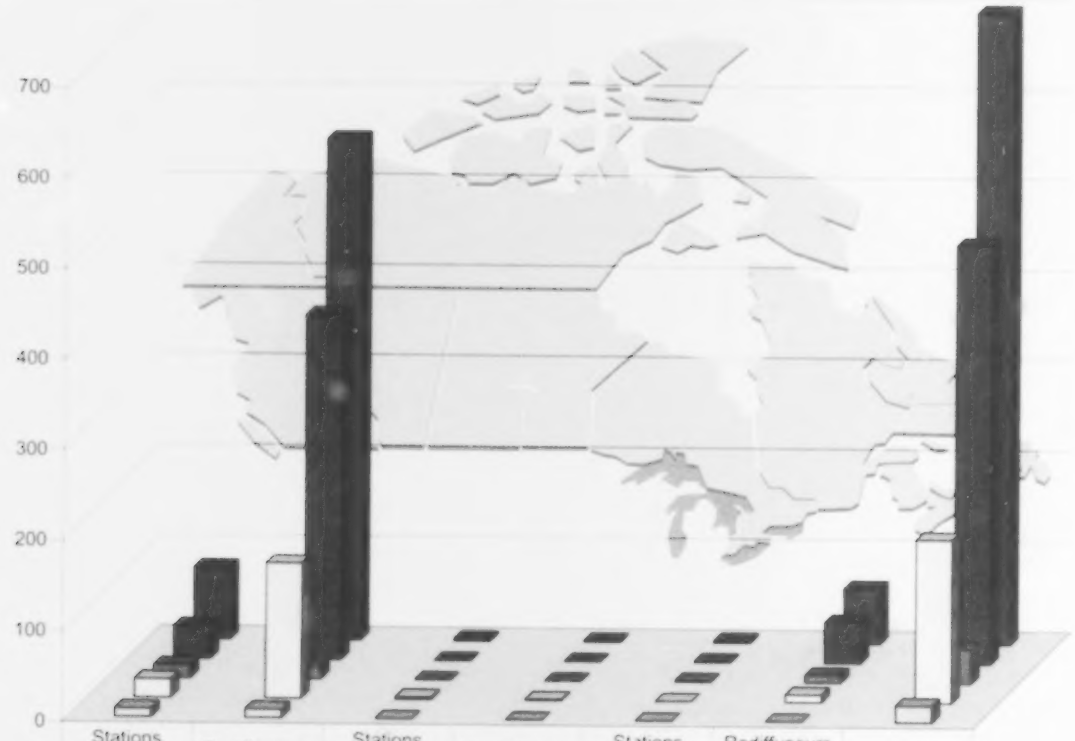
Dans les sections suivantes, nous présentons des données sommaires sur la radio et la télévision de la SRC.

Radio

Les services radiophoniques de langues française et anglaise de la SRC présentent des émissions informatives, culturelles et musicales. Ces services sont disponibles en direct sur les bandes AM et FM, à la radio

numérique et dans Internet. La figure 6.2 porte sur la présence radiophonique francophone et anglophone de la SRC au Canada.

Figure 6.2 Nombre total de stations de radio de la CBC et de la SRC, stations affiliées et rediffuseurs, 2002

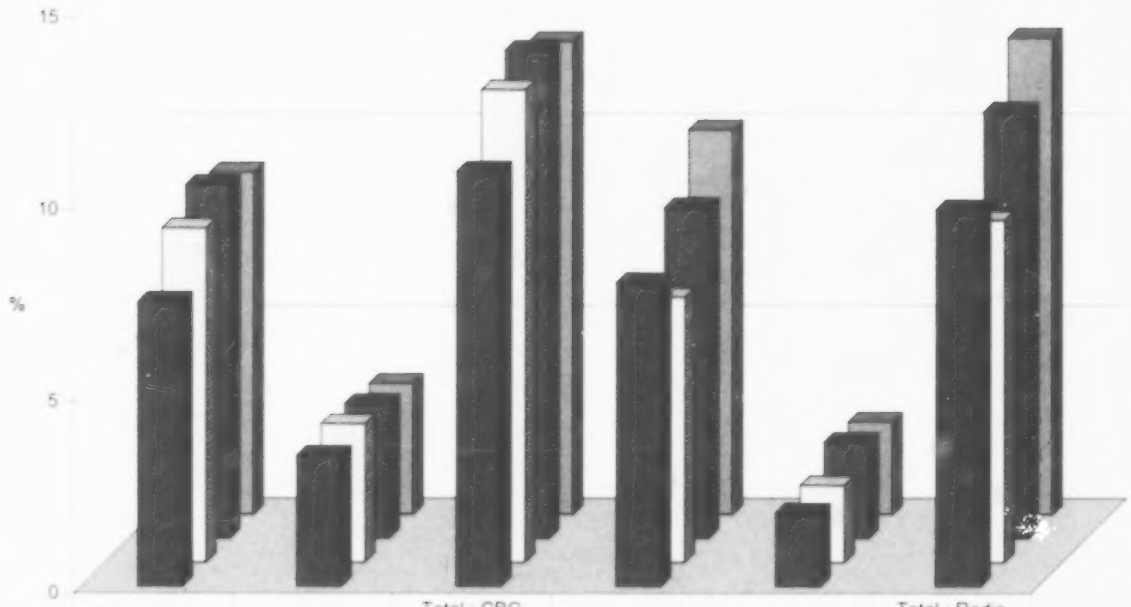


	Stations appartenant à la SRC	Rediffuseurs de la SRC	Stations privées affiliées	Rediffuseurs privés affiliés	Stations communautaires	Rediffuseurs communautaires	Total
Chaîne culturelle	9	9	0	0	0	0	18
Première chaîne	20	149	2	1	0	8	180
Radio Two	14	15	0	0	1	8	38
Radio One	36	380	0	0	1	45	462
Total	79	553	2	1	2	61	698

Dans l'ensemble, Radio One est offert à 98 % des Canadiens anglophones, tandis que Radio Two est diffusé à 75 % de ceux-ci. En ce qui concerne la radio francophone, la Première chaîne et la Chaîne culturelle sont offertes à 98 % et 83 % des Canadiens francophones respectivement[14]. La figure

6.3 montre les parts d'auditoire de la radio anglophone et de la radio francophone de 1999 à 2002. Elle permet de constater que Radio-Canada a connu une forte croissance au cours de cette période, tandis que les

Figure 6.3 Parts d'écoute de la radio de la CBC et de celle de la SRC, 1999-2002



	Radio One	Radio Two	Total : CBC Radio	Première chaîne	Chaîne culturelle	Total : Radio Canada
Automne 1999	7,4	3,4	10,8	7,9	1,9	9,8
Automne 2000	8,7	3,6	12,3	6,9	2	8,9
Automne 2001	9,2	3,5	12,7	8,6	2,5	11,1
Automne 2002	8,9	3,4	12,3	10	2,4	12,4

services de langue anglaise ont enregistré de légères augmentations de leurs parts d'auditoire[17].

Dans l'ensemble, le Comité est satisfait du rendement des services radiophoniques de langues française et anglaise de la SRC. Il signale que le CRTC a récemment attribué 20 licences à la SRC afin qu'elle termine son réseau radiophonique de langue française. La Chaîne

culturelle, et que la SRC s'est engagée à commencer l'exploitation de ces services au plus tard au début de 2004. Le Comité attend avec impatience l'inauguration des nouvelles stations.

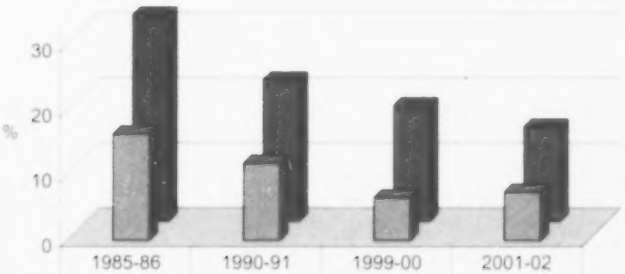
Télévision

Les services télévisés conventionnels en anglais et en français de la SRC sont offerts aux Canadiens en direct, par câblodistribution ou par satellite. Dans l'ensemble, 97 % des Canadiens anglais sont en mesure de capter les émissions de télévision du service de langue anglaise de la SRC et près de 99 % des Canadiens français ont accès à Radio-Canada.

Dans la figure 6.4, les stations en direct de la SRC sont ventilées par propriétaire. Il est particulièrement intéressant de constater que la Société ne possède que la moitié de ses stations (c.-à-d. 24) tandis que les autres appartiennent à des stations privées affiliées qui diffusent tout ou partie de la programmation de la SRC.

Compte tenu des compressions budgétaires, de l'augmentation de la concurrence et de la fragmentation du public, la part d'auditoire de la SRC a diminué de façon marquée au cours des 20 dernières années. La figure 6.5 montre que le réseau anglais de la SRC comptait en moyenne une part d'auditoire de 16,4 % (entre 6 h et 2 h) en 1985-1986, tandis que

Figure 6.5 Parts d'écoute pour la CBC (téléspectateurs anglophones) et la SRC (téléspectateurs francophones), incluant les stations affiliées, années sélectionnées 1985-2002



	1985-86	1990-91	1999-00	2001-02
CBC	16,4	11,9	6,6	7,5
Radio-Canada	31,7	21,7	17,8	14,5

La révolution de la radio de la SRC

À la fin des années 1960, la société canadienne, comme toutes les démocraties occidentales, était en ébullition. Alors que les enfants de l'après-guerre atteignaient la majorité, leurs objectifs de justice sociale dans tous les domaines prenaient une place de plus en plus importante. Dans ce contexte, le réseau radiophonique de langue anglaise de la SRC a entamé un long processus de transformation connu comme la révolution de la radio d'information.

Même si, au départ, les objectifs des nouveaux journalistes de la SRC n'étaient pas clairement définis, ils se sont précisés dans la pratique : présenter aux Canadiens l'information nécessaire pour tenir des débats publics, exprimer l'opinion des gens ordinaires et engager les dirigeants à rendre compte de leurs actes. En se fixant ces objectifs, la radio de langue anglaise de la SRC s'est taillé une place dans le cœur des Canadiens, comme l'a démontré trente ans plus tard la vague d'émotions qui a suivi le décès des grands journalistes de la révolution de la radio, Barbara Frum et Peter Gzowski.

Les transformations ont commencé dès mai 1965, lorsque la première tribune téléphonique du Canada, *Cross Country Checkup*, a permis aux auditeurs d'entendre en direct l'opinion de Canadiens de toutes les régions du pays. En 1968, l'instantanéité du téléphone est devenue l'essence de l'émission hebdomadaire *As It Happens*, qui faisait des entrevues téléphoniques en direct dans le monde concernant des questions d'actualité.

Il s'agissait également d'une révolution locale. Le *Winnipeg Experiment* a créé le modèle des émissions locales du matin à la SRC, soit un bloc de trois heures laissant tomber la musique au profit d'entrevues et de discussions sur les principaux enjeux locaux. De nombreuses émissions ont adopté la nouvelle approche consistant à sortir du studio grâce à des appareils légers, à enregistrer les commentaires de Canadiens ordinaires de tous les milieux et à présenter ces enregistrement dans le cadre du débat national.

En 1969, la majeure partie de la grille de la radio était toutefois encore composée du genre d'émissions de 15 minutes qui existait avant l'arrivée de la télévision en 1952. Pour atteindre son plein potentiel, la révolution de la radio devait avoir un point de convergence qu'elle a trouvé lorsque le conseil d'administration de la SRC a commandé un rapport à deux de ses jeunes journalistes, Peter Meggs et Doug Ward.

Dans leur rapport de mai 1970, MM. Meggs et Ward ont résumé les idées recueillies dans le cadre de consultations pancanadiennes auprès du personnel de stations de radio et formulé une série de recommandations de portée générale visant à rendre la radio intéressante. Résultat : une évolution continue. *As It Happens* est devenu une émission quotidienne diffusée en soirée; la formule de la radio d'information locale s'est répandue au pays; *This Country in the Morning*, animée par Peter Gzowski, a vu le jour; la SRC a entrepris le processus de consolidation de l'information en Radio One et celui de création d'un réseau FM qui en est le pendant dans le domaine du spectacle.

Bien sûr, ces mesures se sont heurtées à une résistance. La direction de la SRC a commencé par rejeter une politique de diffusion radiophonique sans publicité pour ensuite appliquer une telle politique en 1974. Le CRTC a rejeté la proposition relative à l'exploitation de deux réseaux, puis, des années plus tard, il a approuvé la demande d'exploitation d'un réseau FM. Le malaise de la direction à l'égard de l'approche axée sur la confrontation des jeunes journalistes s'est dissipée au fil des ans; un des principaux producteurs radio de l'époque, Mark Starowicz, a fini par produire l'émission *The Journal* (avec Barbara Frum) et la série *Le Canada — Une histoire populaire*.

Fondamentalement, toutefois, la révolution de la radio peut être considérée dès ses débuts comme une réussite de la radiodiffusion; le remaniement de la radio de la SRC, à l'ère de la télévision, en a fait une tribune essentielle des débats publics et des échanges culturels du Canada.

le service en français de Radio-Canada retenait plus de 30 % des téléspectateurs du Québec.

La figure précédente démontre clairement la mesure dans laquelle la part d'auditoire des réseaux anglais et français de la SRC a diminué à la suite de l'augmentation du choix de chaînes depuis 1984. Comme nous le verrons au chapitre 4, la fragmentation de l'auditoire est un phénomène auquel tous les radiodiffuseurs canadiens et américains, tant publics que privés, sont confrontés depuis quelques années.

La figure ci-dessus montre également que, malgré le fait que la part d'auditoire globale du réseau de télévision de langue anglaise de la SRC ait diminué de plus de la moitié par rapport au niveau de 1985-1986, elle s'est accrue d'environ 12 % entre 1999-2000 et 2000-2001. Cela indique que le projet de transformation de la télévision de langue anglaise de la SRC, qui a présenté une nouvelle image et une nouvelle grille-horaire à l'automne 2000, fonctionne bien.

En ce qui concerne la télévision de langue française, on peut constater que la part d'auditoire de la SRC, qui a diminué d'environ 54 % par rapport au niveau de 1984, pourrait bien continuer de s'éroder, compte tenu de la gamme de services spécialisés de langue française nouvellement autorisés qui gagnent en popularité sur le marché québécois[7].

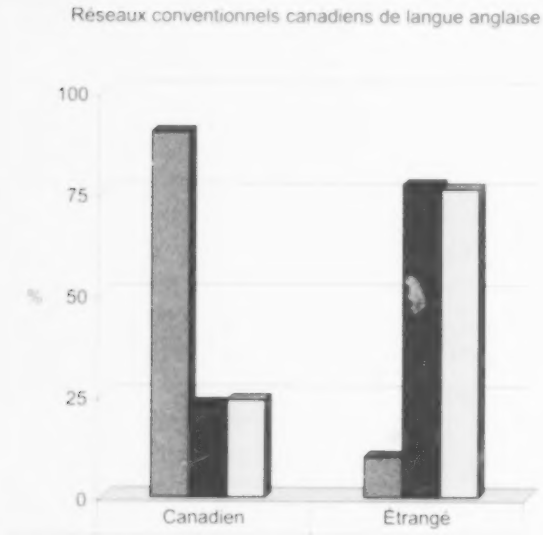
Données sur l'écoute et l'offre d'émissions

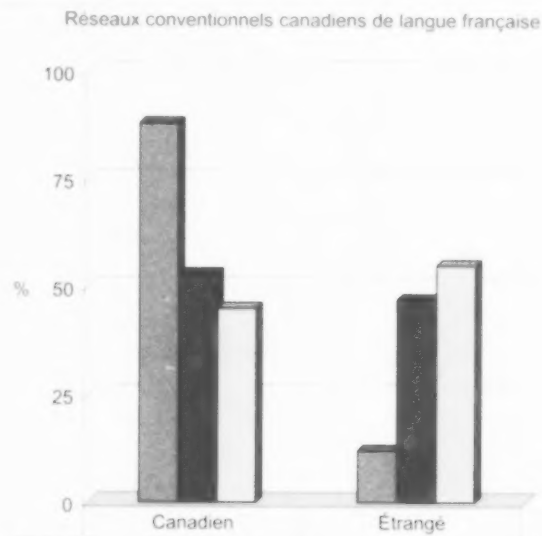
Comme il est indiqué au chapitre 2, la SRC (radio et télévision, en anglais et en français) n'a jamais eu de difficulté à répondre aux exigences en matière de contenu canadien. En fait, ses services de télévision ont régulièrement dépassé les attentes du CRTC à cet égard, et la SRC est de loin le plus important fournisseur d'émissions canadiennes pendant les heures de grande écoute.

Par exemple, au cours des heures de grande écoute en soirée, entre octobre 2000 et mars 2001, 94 % de toutes les émissions présentées à la télévision anglaise de la SRC étaient canadiennes (l'exigence est de 80 %). La figure 6.6 indique comment se sont comportés les réseaux anglais et français de la télévision de la SRC à cet égard entre septembre 2000 et août 2001.

Une façon pratique d'examiner les données relatives à l'offre d'émissions consiste à les comparer avec avec les statistiques sur l'écoute[1]. La figure 6.7 présente les données sur l'écoute en anglais et en français pendant les

Figure 6.6 Contenu canadien présenté aux heures de grande écoute (19h à 23h) par les réseaux conventionnels canadiens de langue anglaise et française, septembre 2000 à août 2001

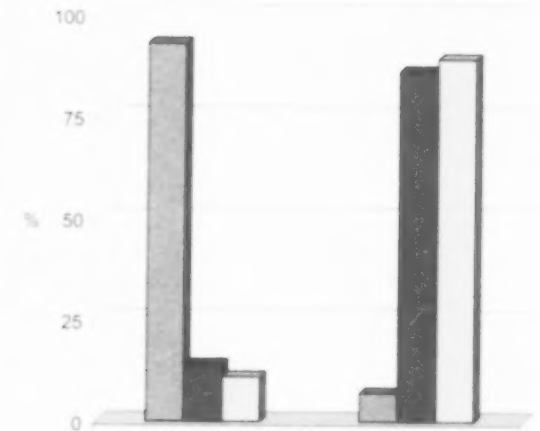




heures de grande écoute (dans ce cas, entre 19 h et 23 h) de septembre 2000 à août 2001. Comme on peut le constater, les réseaux de télévision conventionnelle de langues française et anglaise de la SRC attirent un auditoire aux émissions canadiennes aux heures de grande écoute à des taux qui dépassent l'offre existante. Par exemple, la télévision anglaise de la SRC a présenté un contenu canadien à 90 % durant les heures de grande écoute en 2000-2001, et 93 % de l'auditoire de la SRC a écouté du contenu canadien. Par contre, Global avait un contenu canadien d'environ 24 % aux heures de grande écoute, mais seulement 11 % des téléspectateurs de Global ont choisi la programmation canadienne.

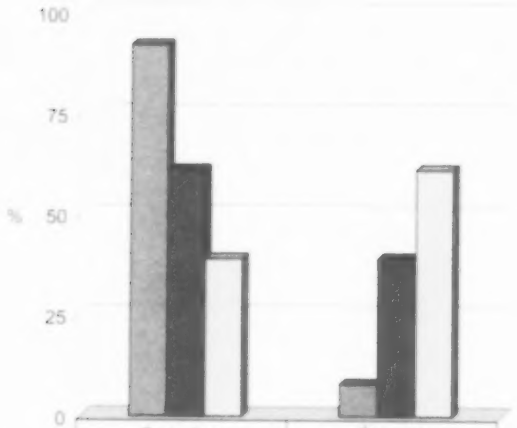
Figure 6.7 Contenu canadien écouté aux heures de grande écoute (19h à 23h) par l'auditoire des réseaux conventionnels canadiens de langue anglaise et française, septembre 2000 à août 2001

Réseaux conventionnels canadiens de langue anglaise



	Canadien	Étranger
CBC	93	7
CTV	14	86
Global	11	89

Réseaux conventionnels canadiens de langue française



	Canadien	Étranger
SRC	92	8
TVA	61	39
TQS	39	61

Figure 6.8 Les 20 séries dramatiques et humoristiques canadiennes de langue anglaise les plus populaires diffusées par les réseaux conventionnels canadiens en 2001-2002 (excluant le Québec)

Rang	Réseau	Émission	Auditoire moyen (en milliers)
1	CBC	Royal Canadian Air Farce	997
2	CBC	This Hour Has 22 Minutes	768
3	CBC	Da Vinci's Inquest	738
4	CBC	Red Green Show	730
5	CTV	Degrassi: Next Generation	576
6	CBC	Tom Stone	518
7	CTV	Cold Squad	507
8	CBC	Just For Laughs (lundi)	467
9	CTV	The Associates	458
10	CBC	Made in Canada	457
11	CBC	Emily of New Moon	449
12	CBC	This Hour Has 22 Minutes (rep.)	399
13	CBC	Royal Canadian Air Farce (rep.)	390
14	CTV	Comedy Now	372
15	CBC	Just For Laughs (vendredi)	358
16	Global	No Boundaries	331
17	Global	Popstars	327
18	Global	Supermodels	230
19	Global	Psi Factor	186
20	Global	Andromeda	170

Part d'auditoire

Une comparaison entre la programmation américaine offerte par les radiodiffuseurs conventionnels privés du Canada et la programmation du réseau de télévision de langue anglaise de la SRC démontre que celle-ci est régulièrement et facilement dépassée par ses concurrents[7]. Si nous examinons isolément les données sur les parts d'auditoire moyen de la programmation canadienne de CBC, nous constatons qu'elles sont beaucoup plus modestes que celles de la télévision de langue française (voir les figures 6.10 et 6.11), mais qu'elles sont quand même supérieures aux données concernant CTV et Global, principaux concurrents de la télévision hertzienne de CBC. La figure 6.8 présente les 20 séries dramatiques et humoristiques canadiennes de langue anglaise les plus populaires diffusées en 2001-2002. Elle montre que 7 des 10 (et 11 des 20) séries dramatiques et humoristiques canadiennes de langue anglaise les plus populaires ont été diffusées sur les ondes de CBC en 2001-2002.

La figure 6.9 présente les principales émissions spéciales canadiennes de langue anglaise diffusées en 2001-2002. Ensemble, ces données sur l'auditoire sont bien en deçà des auditoires moyens que CBC et d'autres réseaux avaient

Figure 6.9 Les 15 émissions spéciales canadiennes de langue anglaise les plus populaires diffusées par les réseaux conventionnels canadiens en 2001-2002 (excluant le Québec)

Rang	Réseau	Émission	Auditoire moyen (en milliers)
1	CBC	Olympics Closing Ceremony	4 601
2	CBC	Olympics Opening Ceremony	2 986
3	CBC	Grey Cup Game 2001	2 390
4	CBC	Olympics Prime Time	2 305
5	CBC	Trudeau	1 879
6	CTV	Tagged: The Johnathan Wamback Story	1 522
7	CBC	Royal Canadian Air Farce: Best of 2001	1 388
8	CTV	Stolen Miracle	1 329
9	CBC	Random Passage	1 198
10	CTV	Torso: The Evelyn Dick Story	1 191
11	CBC	Talking to Americans (rep.)	1 155
12	CBC	Royal Canadian Air Farce: Season Premiere	1 112
13	CBC	Royal Canadian Air Farce: Season Finale	995
14	CBC	Just For Laughs New Years	992
15	CBC	Red Green New Years	951

dans un marché moins fragmenté, mais elles révèlent que le service de télévision de langue anglaise de la SRC reste une source importante d'émissions typiquement canadienne, notamment d'émissions spéciales de sport comme celles qui sont diffusées à l'occasion des Jeux olympiques.

Les données relatives à la télévision de langue française sont bien différentes. La figure 6.10 présente les 20 principales séries dramatiques et humoristiques canadiennes qui ont été diffusées à la télévision de langue française en 2001-2002. La figure présente des données impressionnantes sur l'auditoire du marché canadien de langue française en 2001-2002. Dans l'ensemble, 15 des 20 émissions avaient un auditoire moyen de plus d'un million de téléspectateurs. De plus (et malgré un auditoire éventuel équivalant à près du tiers de celui du marché anglophone), ces 15 émissions ont obtenu des parts d'auditoire moyen plus élevées que celle de la série canadienne de langue anglaise la plus écoutée, soit la *Royal Canadian Air Farce*. Quant au rendement de Radio-Canada sur le marché francophone en 2001-2002, six des 20 principales séries dramatiques et humoristiques canadiennes ont été diffusées par la SRC, bien qu'une seule se soit placée dans les dix premières. Pour sa part, TVA, le principal concurrent de la SRC dans le domaine de la télévision conventionnelle, a présenté 13 des 20 principales émissions.

Figure 6.10 Les 20 séries dramatiques et humoristiques canadiennes de langue française les plus populaires diffusées par les réseaux conventionnels canadiens en 2001-2002 (Québec seulement)

Rang	Réseau	Émission	Auditoire moyen (en milliers)
1	TVA	Fortier	1 928
2	TVA	Le Retour	1 701
3	TVA	KM/H	1 525
4	SRC	Music Hall	1 521
5	TVA	Les poupées russes	1 464
6	TVA	Tabou	1 444
7	TVA	Histoires des filles	1 394
8	TVA	Cauchemar d'amour	1 393
9	TQS	Lance et compte III	1 263
10	TVA	Tribu.com	1 153
11	TVA	Juste pour rire	1 134
12	SRC	L'Or	1 130
13	SRC	Un gars, une fille	1 101
14	TVA	Emma	1 040
15	SRC	Le dernier chapitre	1 005
16	SRC	La fureur	991
17	TVA	Arcand	989
18	TVA	Si la tendance se maintient	980
19	SRC	La vie, la vie	978
20	TVA	La poule aux oeufs d'or	962

La figure 6.11 contient la liste des principales émissions spéciales canadiennes de langue française diffusées en 2001-2002. Ensemble, les figures 6.10 et 6.11 font ressortir davantage la vive concurrence que se livrent Radio-Canada et TVA dans le marché francophone afin d'attirer les téléspectateurs aux émissions spéciales de divertissement canadiennes. Ils montrent également que les réseaux anglais et français de Radio-Canada

Figure 6.11 Les 15 émissions spéciales canadiennes de langue française les plus populaires diffusées par les réseaux conventionnels canadiens en 2001-2002 (Québec seulement)

Rang	Réseau	Émission	Auditoire moyen (en milliers)
1	TVA	Les Olivier	2 016
2	TVA	Le Gala Metrostar	1 955
3	TVA	Spécial le retour	1 838
4	TVA	Surprise sur prise	1 689
5	TVA	Le meilleur du festival Juste pour rire	1 686
6	TVA	Spécial KM/H	1 667
7	SRC	JO – Salt Lake : Finale Hockey	1 597
8	TVA	Histoires des filles	1 528
9	TVA	Spécial bloopers	1 419
10	SRC	JO – Salt Lake : Cérémonie de clôture	1 396
11	TVA	Célébration 2002	1 307
12	TVA	Entrée des stars	1 293
13	TVA	Le meilleur de la rentrée	1 273
14	SRC	Beaux dimanche : Le Gala de l'ADISQ	1 217
15	SRC	JO – Salt Lake : Gala des champions (rep.)	1 203

ont une formule gagnante en ce qui a trait à leur couverture des jeux olympiques.

Bref, les figures ci-dessus permettent d'affirmer ce qui suit :

- Les émissions canadiennes de langues anglaise et française, et plus particulièrement celles de CBC/SRC, attirent de vastes auditoires.

- À la télévision de langue anglaise, les émissions canadiennes de CBC sont en concurrence avec celles de CTV et de Global et leur dame souvent le pion. CBC semble donc jouer un rôle déterminant pour ce qui est de présenter des émissions canadiennes aux auditoires canadiens. Toutefois, très peu des émissions canadiennes les plus populaires (y compris celles de CBC) sont des séries dramatiques.

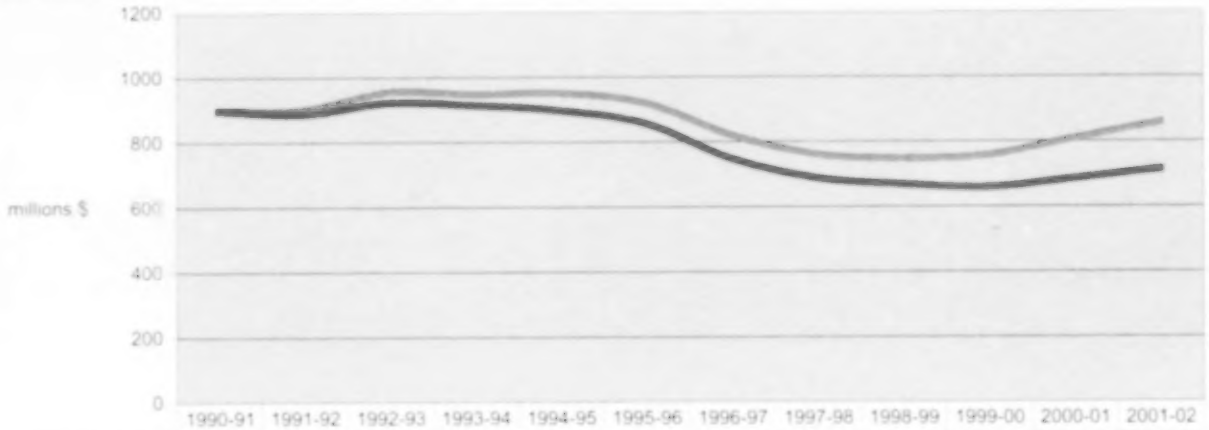
- À la télévision de langue française, les auditoires des émissions canadiennes sont, en nombres absolus, plus importants que ceux des émissions de langue anglaise, mais la SRC semble moins touchée par cette réussite (que ne l'est CBC dans le secteur anglophone) en raison de la vigueur du secteur privé et plus particulièrement de TVA.

Le Comité est encouragé par le rendement de CBC et de Radio-Canada et il fait remarquer que les parts importantes d'auditoire qu'obtiennent les émissions à contenu canadien témoignent de la pertinence continue et de la valeur persistante de la radiodiffusion publique dans un environnement médiatique fragmenté.

Recettes et dépenses de fonctionnement

La figure 6.12 montre les crédits parlementaires de la SRC en dollars courants et constants pour la période de 1990-1991 à 2001-2002. Elle indique que les crédits parlementaires de la SRC pour dépenses de fonctionnement (la SRC reçoit également des crédits parlementaires pour les immobilisations et le fonds de roulement) ont atteint un sommet de 950 millions de dollars en 1992-1993. L'augmentation des crédits était principalement liée à des majorations de traitements et de salaires

Figure 6.12 Crédits parlementaires affectés à la SRC en dollars courants et constants, 1990-2002

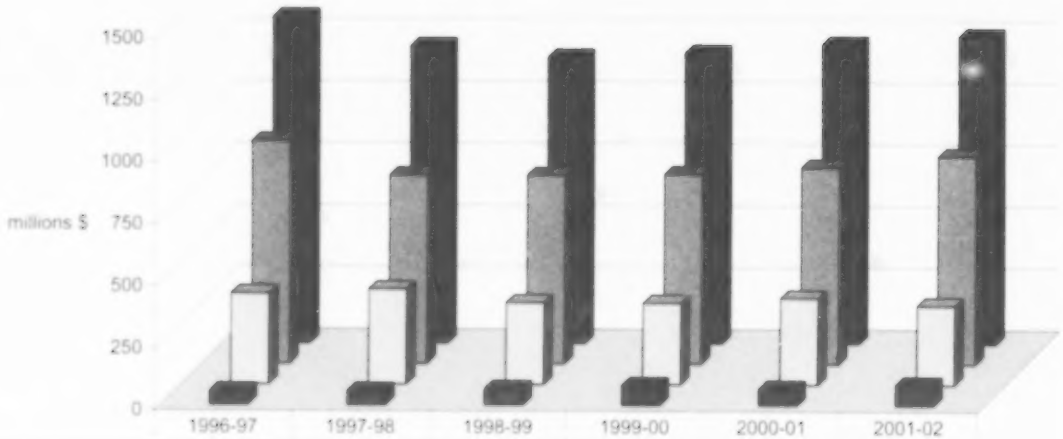


	1990-91	1991-92	1992-93	1993-94	1994-95	1995-96	1996-97	1997-98	1998-99	1999-00	2000-01	2001-02
$ courants	896.3	900.6	954.2	946	948.6	918.2	818.3	759.6	745.5	756.4	807.4	855.6
$ constants	896.3	887.3	921.9	912.2	895.8	854.9	746.6	686.8	667.4	657.2	684.2	712.4

accordées conformément aux lignes directrices fédérales de l'époque touchant tous les ministères et organismes fédéraux. Ce n'est qu'à partir de l'annonce de compressions dans le budget fédéral de 1993 et l'examen des programmes qui a suivi en 1995 que les crédits ont commencé à diminuer radicalement. Toutefois, de 2000 à 2002, la tendance s'est inversée en partie. En dépit des récentes augmentations annuelles, le financement de la SRC a connu une baisse pour l'ensemble de la période. De 1990-1991 à 2001-2002, cette baisse était de 4,5 %; toutefois, en dollars réels, elle équivaut à 20,5 %.[27]

En plus d'obtenir des crédits parlementaires, la SRC tire des recettes de la publicité, des droits d'abonnement à la câblodistribution (pour ses services spécialisés) et des ventes. La figure 6.13 présente les revenus de la SRC pour ses principales chaînes au cours des six dernières années financières.

Figure 6.13 Revenus de la SRC, à l'exception des services spécialisés, 1996-2002



	1996-97	1997-98	1998-99	1999-00	2000-01	2001-02
Divers	53.7	54.6	63.9	78.8	65.1	82.4
Publicité et vente d'émissions	364.8	383.3	329.7	328.7	349.2	319.3
Crédits parlementaires	896.7	759.7	759.5	764.7	794.1	840.4
Total	1 315.0	1 197.6	1 153.1	1 172.2	1 208.4	1 242.1

Elle montre que les crédits parlementaires de la SRC accusent une baisse d'environ 100 millions de dollars par rapport à ce qu'ils représentaient en 1996-1997[7]. De plus, en 2000-2001, environ 60 % de tout le financement (à l'exception des recettes générées par les services spécialisés) provenaient des crédits parlementaires[8].

La figure 6.14 présente une ventilation des dépenses de fonctionnement de la SRC pour 2001-2002, y compris celles des services spécialisés. Elle indique que près de 75 % des dépenses de la SRC sont consacrées au fonctionnement de ses principaux réseaux et seulement 1,2 % lui permet de dispenser une partie de ces services et d'autres services de programmation au moyen des technologies des nouveaux médias (c.-à-d. Internet)[9].

C. Ce que les témoins ont dit

Comme il est indiqué au chapitre 2, la SRC a toujours dû composer avec des attentes élevées et de vives critiques au moindre faux pas. Ce

La SRC et les Jeux olympiques

Concept révolutionnaire de la SRC, la couverture continue des Jeux olympiques a exercé sur les Canadiens une fascination sous laquelle ils sont toujours.

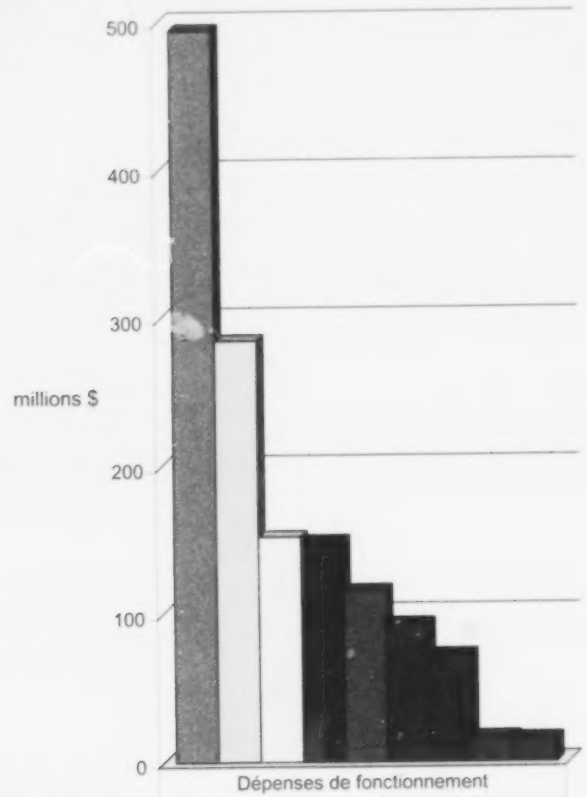
Bien avant leur ouverture, les Jeux olympiques de Montréal de 1976 pouvaient être considérés comme un événement formateur. C'était la première fois que les Jeux avaient lieu au Canada. Il s'agissait des premiers Jeux olympiques à se dérouler après ceux de Munich (1972), où l'assassinat d'athlètes israéliens a clairement démontré que le sport n'était plus un domaine à l'abri du terrorisme. Il s'agissait aussi des premiers Jeux olympiques à se tenir après le lancement du satellite Anik, faisant du Canada le premier pays du monde à être doté d'un système de satellite national permettant une communication instantanée à tous les Canadiens où qu'ils vivent.

Gordon Craig, qui avait déjà assuré la couverture en direct des Jeux olympiques de Munich, de Mexico et de Grenoble, a décidé que le moment était venu d'y mettre le paquet. Il a convaincu la direction de la CBC et de Radio-Canada qu'à titre de radiodiffuseur hôte pour le monde entier, la SRC devrait offrir aux Canadiens la couverture intégrale des Jeux comme une émission de nouvelles et de sport se déroulant en direct.

Il n'a cessé de répéter : « Au moment de l'ouverture des Jeux, il y aura au pays un engouement qui ne s'était pas manifesté depuis Expo 67. Tous les Canadiens voudront regarder les Jeux. Si nous ne leur montrons pas, nous n'aurons pas réussi à remplir notre mandat de radiodiffuseur public. »

C'est ainsi que la population canadienne a pu voir près de 170 heures d'émissions, pour la plupart en direct, et qu'elle a eu le sentiment d'assister aux Jeux, et non pas seulement de regarder les habituelles mini-dramatiques préparées à l'avance par les réseaux américains. En conséquence, 92 % des Canadiens, soit 18 millions de personnes, ont été rivés au petit écran pendant 15 jours. Comme ce fut le cas lors d'Expo 67, nous avons grandi en tant que nation, lorsque nous avons vu nos athlètes compétitionner et triompher. La formule révolutionnaire a uni les Canadiens comme jamais auparavant et elle est depuis devenue la norme en matière de couverture des Jeux olympiques.

Figure 6.14 Dépenses de fonctionnement de la SRC, 2001-2002



■ Télévision de langue anglaise	494,9
□ Télévision de langue française	284,9
□ Radio de langue anglaise	152,1
■ Amortissement des immobilisations	149,3
■ Services spécialisés et RCI	115,9
■ Radio de langue française	93,6
■ Distribution et affiliées	72,6
■ Nouveaux médias	17,1
■ Gestion	15,9

Total : 1 396,3 millions $

phénomène est à l'origine de la remarque faite par le Groupe de travail sur la radiodiffusion canadienne en 1986 :

> Au fil des ans, la Société Radio-Canada a été passée au crible par tout un chacun. Elle déchaîne les passions de ses partisans et détracteurs. Nous avons pu le constater lors de nos rencontres publiques et privées d'un bout à l'autre du pays[23].

Depuis, les importantes compressions dans les crédits parlementaires accordés à la SRC (particulièrement depuis le début des années 1990), conjuguées à la lutte constante de la Société pour se repositionner dans le système canadien de radiodiffusion, n'ont fait qu'intensifier l'examen public. Pour se justifier, la Société a fait remarquer ce qui suit dans son rapport annuel de 1993 :

> La question fondamentale pour la SRC, dans un contexte d'impartition des ressources, d'accroissement des exigences et d'intensification de la concurrence, a été de trouver une façon de maintenir notre capacité de nous acquitter de notre mandat pour faire en sorte que les Canadiens et leur identité collective continuent de trouver une voix[24].

Un an plus tard, le président de la SRC a expliqué :

> Nous avons été en mesure d'atténuer une partie des effets délétères de l'incertitude budgétaire, de restaurer un certain optimisme dans notre travail et d'axer nos efforts sur l'objet premier de la SRC — présenter aux Canadiens une image d'eux-mêmes et de leur pays qu'ils ne peuvent obtenir nulle part ailleurs[25].

Plus récemment, le président actuel de la SRC, M. Robert Rabinovitch, a déclaré :

> En tant que radiodiffuseur public national, CBC/Radio-Canada est tenue d'offrir aux Canadiens une programmation originale de grande qualité... Notre but est de nous démarquer en tant que radiodiffuseur de service public... Étant donné la précarité de nos ressources et un environnement de plus en plus concurrentiel, la Société a établi ... des priorités pour 1) faire la preuve que CBC/Radio-Canada est une entreprise bien gérée; 2) présenter une programmation distincte de grande qualité; 3) favoriser l'émergence d'un débat sur le financement de CBC/Radio-Canada; 4) assurer la viabilité de nos grilles canadiennes; 5) mieux remplir son mandat grâce à une sélection judicieuse d'alliances et de

Pour grandir toutefois, il ne suffit pas de célébrer les réussites communes, il faut aussi rester unis dans l'adversité. Tard dans la nuit, nous avons regardé Ben Johnson gagner le 100 mètres à Séoul (Corée) en 1988; puis quelques jours plus tard, nous avons appris avec tristesse la nouvelle de son test antidopage positif, un événement qui a donné lieu à un examen introspectif national sur le sens de l'athlétisme, de la compétition et de la fierté nationale. La médaille d'or de Donovan Bailey au 100 mètres à Atlanta, en 1996, suivie par la victoire des hommes au relais 4 x 100 mètres, a peut-être suscité autant d'émoi parce qu'elle mettait un point final à cette période difficile.

Toutefois, sur le plan de l'intérêt pur et simple, rien n'égale celui qu'a inspiré la performance des athlètes canadiens aux Jeux olympiques d'hiver de Salt Lake City en 2002. Les partenaire CBC et TSN ont présenté 400 heures de couverture, et CBC a obtenu un auditoire de 1,5 millions de Canadiens en deux semaines. La médaille d'or qu'ont remportée tant l'équipe masculine nationale de hockey que l'équipe féminine a attiré une foule de téléspectateurs : le match décisif chez les hommes a attiré 9 millions de téléspectateurs, du jamais vu au Canada. Fait intéressant, les auditoires ont été les plus nombreux au moment de la célébration d'après-match, alors que 10 461 000 Canadiens ont voulu vivre l'expérience pour célébrer la victoire de leurs athlètes et manifester leur sentiment de fierté nationale.

> partenariats; 6) faire en sorte que CBC/Radio-Canada fonctionne davantage comme un conglomérat intégré".

Les citations précédentes exposent deux questions fondamentales que le Comité s'est employé à traiter et à éclaircir. Ce sont : 1) le rôle, le mandat et la structure qu'il convient de donner à la SRC; 2) ses sources de financement.

Ce n'est pas une mince entreprise toutefois que d'arriver à comprendre ces questions. Tout au long de ses audiences et de ses déplacements, le Comité a entendu un grand nombre de témoins parler des points forts et des points faibles de la SRC. Certains témoins ont été élogieux tandis que d'autres avaient des critiques à formuler. Certains se posaient des questions quant à la représentation locale et régionale, tandis que d'autres mettaient l'accent sur la présentation d'un contenu d'émissions nationales. Certains craignaient que les publics minoritaires soient laissés pour compte tandis que d'autres se préoccupaient de la faible part d'auditoire. Pourtant, si l'on y regarde de plus près, la plupart des questions soulevées par les témoins avaient tendance à se rattacher au débat de longue date concernant le rôle, le mandat et la structure de financement de la SRC.

Dans cette optique, la présente section traite des témoignages présentés au Comité (en personne ou par écrit) au sujet de la SRC. Malgré les nombreux recoupements des enjeux et des préoccupations, les points de vue des témoins sont divisés en plusieurs catégories: points de vue généraux; programmation locale et régionale; rôle de la SRC; questions relatives au financement.

Points de vue généraux

Lorsque la SRC a comparu devant le Comité, sa présidente, Mme Carole Taylor a déclaré :

> À un moment où se dressent de grands défis pour la radiodiffusion provenant de la diversité des plates-formes technologiques et du choix quasiment illimité de chaînes, il est vital que le Canada en tant que nation se dote de politiques et prenne des mesures en vue de réserver une place à la radiodiffusion publique canadienne indépendante. Je sens monter une nouvelle flambée de fierté au pays. Sur cette toile de fond, CBC/Radio-Canada se dresse comme une institution nationale vouée à défendre nos valeurs, nos athlètes, nos artistes et nos interprètes, et jusqu'à notre identité propre en

> tant que Canadiens. Ainsi, Radio-Canada demeure-t-elle importante pour le Canada? À notre avis, Radio-Canada est plus importante aujourd'hui que jamais auparavant[27].

Peu après, le président de la Société, M. Robert Rabinovitch, a déclaré au Comité :

> Il est nécessaire plus que jamais de pouvoir compter sur une voix canadienne distinctive. Le rôle de Radio-Canada au sein du système canadien de radiodiffusion doit être confirmé et il faut lui donner les outils et la marge de manœuvre dont elle a besoin pour s'acquitter de son mandat et servir de manière appropriée le système canadien de radiodiffusion et la population canadienne[28].

Les citations précédentes présentent un éclairage utile sur la façon dont la SRC aimerait se positionner dans le système en évolution d'aujourd'hui en tant que radiodiffuseur public national du Canada. Elles témoignent de sa détermination à offrir un service de radiodiffusion public à tous les Canadiens, pour tous les Canadiens — un service qui s'appuie sur les moyens et le mandat nécessaires pour transmettre et partager le caractère unique du Canada et de ses citoyens.

De nombreux témoins qui ont comparu devant le Comité partageaient ce point de vue. Par exemple, M. Armand Dubois a fait valoir que la SRC :

> ... est la fondation immuable qui soutient le reste de la structure et qui doit continuer de le faire. La SRC doit demeurer résolument une organisation publique indépendante du gouvernement et non définie par des critères commerciaux[29].

Avec une passion semblable, M. Brian Pollard a déclaré ce qui suit :

> À cause de l'existence de ce très large fossé culturel [entre les régions du Canada], et parce que personne n'a fait la moindre tentative pour expliquer les différences entre vous et moi au reste du pays, ce malentendu persiste. C'est pourquoi la radiodiffusion publique est tellement essentielle. Nous sommes une communauté de minorités. Nous avons besoin d'un bon réseau de radiodiffusion publique. C'est essentiel.[30]

Le Conseil provincial du secteur des communications du Syndicat canadien de la fonction publique a déclaré au Comité :

> Au Québec, nous avons pu constater que la présence d'une télévision publique de qualité, forte et compétitive a très souvent contribué à rehausser la qualité de la programmation offerte par le secteur privé. D'ailleurs, le chemin parcouru dans le domaine de l'information ou des dramatiques, par exemple, illustre bien cette dynamique[11].

De telles remarques ont été entendues fréquemment. En effet, les mémoires présentés au Comité dans le cadre de son étude faisaient régulièrement ressortir le rôle essentiel de la SRC et de la radiodiffusion publique en général. Par exemple :

> La SRC est une force vitale et doit être maintenue[12].
>
> Nous recommandons que la *Loi* dispose que la SRC doit demeurer une présence fondamentale et importante du système de radiodiffusion canadien à mesure qu'il évolue[13].
>
> La SRC est un pilier fondamental de notre patrimoine culturel[14].
>
> La mission de Radio-Canada est aussi essentielle aujourd'hui qu'elle l'était lors de sa création il y a plus de soixante ans[15].
>
> Pour nous, il est évident que le mandat pancanadien de Radio-Canada, qui porte sur des dossiers d'intérêt pour l'ensemble des Canadiens et des Canadiennes, est un mandat primordial qui est nécessaire pour la souveraineté du pays[16].
>
> La SRC est excellente. N'y touchez pas. Faites tout ce que vous pouvez pour la soutenir. S'il n'y avait pas la radio de la SRC, je pense que je ne serais probablement pas informé[17].
>
> À mon avis, la SRC est le radiodiffuseur le plus important du Canada. Aucun élément de notre société et de notre culture n'unit le pays comme le fait la radio de la SRC[18].
>
> Vous pouvez nous aider en faisant en sorte que la SRC reste importante pour vous-mêmes et pour tous les Canadiens et qu'elle soit préservée et consolidée[19].

Naturellement, la même passion qui a animé l'expression de soutien à l'égard de la radiodiffusion publique a également inspiré le témoignage de personnes qui avaient une vaste gamme de préoccupations à verbaliser sur la SRC et sa programmation, notamment, le déclin de la programmation

locale et régionale, l'élimination à toutes fins utiles de la production interne et la qualité des émissions en général. Voici des exemples de ce que le Comité a entendu sur ces trois points :

> Dans les années 1960, 1970 et 1980, la Société Radio-Canada témoignait d'une vigueur et d'un dynamisme extraordinaire à Terre-Neuve. De nos jours, elle se meurt, et il y a bien des Terre-Neuviens — voire beaucoup de Canadiens de l'Atlantique — qui sont convaincus que le réseau de télévision de la SRC est déjà mort[40].

> CBC trouve une formule d'émissions qui marche et elle s'y accroche au maximum au lieu de mettre continuellement sur pied de nouvelles formules stimulantes[41].

> La SRC doit s'efforcer d'offrir aux téléspectateurs des émissions a contenu canadien qui ont tendance à être sous-représentées dans les grilles-horaires des autres télédiffuseurs canadiens, notamment les dramatiques, les émissions de musique, les émissions pour enfants et les documentaires. Tout cela doit cependant se faire de manière à ne pas provoquer une désertion des auditeurs de la télévision publique[42].

> Les documentaires trouvent naturellement leur place auprès de tous les radiodiffuseurs publics et en fait, cet espace public doit être élargi. Toutefois, je tiens à dire qu'en ce qui concerne les documentaires à la SRC, un des points sensibles, pour nous, c'est par exemple, la série documentaire appelée Witness. Si vous savez ce qui est présenté cette semaine, vous êtes plus renseigné que moi, parce que cette série n'est jamais publiée et ceci est attribuable en partie à des règles de promotion internes[43].

Le Comité a également entendu beaucoup d'hypothèses quant aux causes premières des questions présentées ci-dessus. Mentionnons notamment : une gestion médiocre; l'absence de priorités claires; un financement insuffisant; des problèmes de gestion publique et une reddition de comptes déficiente. Par exemple :

> Radio-Canada est engluée par la bureaucratie[44].

> Or, à la télévision, j'ignore ce que l'on a fait à la radio, la Société Radio-Canada a succombé à toutes les faiblesses institutionnelles possibles en développant une gestion intermédiaire vraiment pléthorique. Elle a perdu des gens inspirés au sommet et à la base, et il y a eu beaucoup moins de talents diffusés sur les ondes[45].

> On se rend compte que depuis 1990, les crédits parlementaires alloués à Radio-Canada ont fondu comme neige au soleil. Ce qui a eu un impact direct sur les emplois, la programmation et la quantité de publicité diffusée à l'antenne de notre télévision publique[46].

> Cependant, il s'agit d'un problème de gestion et d'orientation à la CBC. S'oriente-t-elle dans la même direction que celle que souhaitent les Canadiens en matière de programmation régionale? Je ne suis pas certain que si l'on accordait des fonds supplémentaires à la CBC, elle ferait nécessairement davantage d'émissions locales. Je ne sais pas si c'est ce qu'elle ferait avec des crédits supplémentaires[47].

> Je ne sais pas si mépris est le mot juste, mais je ne pense pas que la SRC ait beaucoup de respect pour son auditoire. Ou peut-être que la SRC ne veut pas savoir qui sont ses auditeurs. Pour ce qui est de la télévision que les gens regardent quotidiennement, je pense qu'il y a un gaspillage éhonté de ressources à la Société Radio-Canada. Je ne pense pas que ce soit une question de financement. C'est plutôt une question de priorité, d'incompréhension de la qualité et du contenu[48].

> La tragédie, c'est que quelqu'un qui prend des décisions à Radio-Canada a tiré un trait sur les régions pour des considérations économiques. Et plus rien ne marche[49].

Bref, les points de vue sur la SRC étaient aussi diversifiés que passionnés. L'acteur et comédien bien connu Rick Mercer est peut-être celui qui a le mieux résumé la situation dans un enregistrement vidéo qui a été présenté au Comité lors de sa visite des installations de la SRC à Halifax :

> Maintenant, je dois vous dire que j'aime la SRC. — Je voulais que vous le sachiez — et pendant que nous y sommes, je hais la SRC. Pourquoi? Parce que je suis Canadien et c'est ce que les Canadiens font. Nous aimons la SRC et nous haïssons la SRC. Pourquoi? Parce que la SRC est à la radiodiffusion ce que les légumes sont à l'alimentation — pas les gens qui dirigent la SRC, mais la SRC elle-même — pourquoi? Parce que la SRC nous fait du bien. Elle nous fait du bien comme nation et elle exerce une bonne influence sur tout le système de radiodiffusion. En fait, la SRC établit les normes de qualité. De temps en temps, il arrive que des radiodiffuseurs et des réalisateurs dépassent ces normes. Mais en réalité, c'est la SRC qui établit les normes[50].

Programmation locale et régionale

Lors des déplacements du Comité dans diverses régions du Canada, il est devenu évident que la question de la programmation locale, régionale et nationale soulève des passions, plus particulièrement à l'extérieur de Toronto et de Montréal. Plus précisément, la réduction des émissions locales de la SRC — qui a commencé au début des années 1990 — a soulevé de nombreuses questions concernant le rôle et le mandat du radiodiffuseur public national.

Le Comité signale que le Comité d'examen des mandats avait prévu le problème en 1996 lorsqu'il a rédigé ce qui suit :

> Certains disent que, pour réduire ses frais, la SRC devrait se transformer en réseau strictement national... Nous sommes en profond désaccord... Notre avis, c'est que la SRC ne pourra pas « contribuer au partage d'une conscience et d'une identité nationales » si les habitants des diverses parties du pays ne s'entendent pas sur ses ondes et ne se voient pas sur ses écrans[51].

Comme il est indiqué au chapitre 2, la *Loi sur la radiodiffusion* de 1991 établit à l'alinéa 3(1)*m*) que la programmation de la Société doit : « refléter la globalité canadienne et rendre compte de la diversité régionale du pays, tant au plan national qu'au niveau régional, tout en répondant aux besoins particuliers des régions ». Toutefois, la Loi ne précise pas que les auditoires locaux doivent être ciblés de façon précise; elle n'insiste pas non plus pour que des niveaux particuliers de programmation soient offerts à l'échelon régional ou local. Bref, le mandat de la SRC en ce qui concerne les auditoires locaux et régionaux prête à interprétation.

C'est sur cela que s'appuyait Mme Carole Taylor pour expliquer l'accent régional de la SRC lorsqu'elle a témoigné devant le Comité :

> La notion de régional ne consiste pas uniquement à couvrir les nouvelles et les événements locaux bien que cela en fasse évidemment partie. Et dans ce domaine, nous n'avons pas à concurrencer les chaînes privées, nous pouvons plutôt offrir un service local de nature différente. Est-il vraiment nécessaire de suivre toutes les ambulances et de rendre compte de tous les crimes commis qui souvent aboutissent chez les diffuseurs privés?... Mais, à la base de toute question d'intérêt local, se trouvent des idées qu'il faut discuter et examiner. Voilà donc à mes yeux le rôle que la radiotélévision publique de la SRC devrait monter en épingle et se

> réserver, de sorte que si vous souhaitez porter un regard différent ou plus scrutateur sur ces questions régionales ou locales, c'est elle que vous choisiriez[52].

M. Robert Rabinovitch a ajouté ce qui suit sur la question :

> Nous devons refléter les régions dans nos programmes nationaux. C'est d'ailleurs la raison pour laquelle nous avons ouvert d'autres bureaux de nouvelles dans tout le pays, ainsi que des «bureaux de poche», comme nous les appelons. Ceci nous permet d'obtenir davantage de nouvelles de tous les coins du pays. Cet ensemble, c'est ce que nous appelons le journal télévisé national. Si vous le regardez, vous verrez beaucoup plus qu'auparavant un nombre croissant de reportages en provenance de toutes sortes d'endroits. S'il y a un problème dans un hôpital de Toronto, vous le verrez, mais s'il y en a un à Saskatoon, nous aimerions vous le montrer également. Je pense donc que, si vous examinez l'organisation de nos journaux télévisés, vous constaterez que nous avons changé radicalement[53].

Cherchant à obtenir des éclaircissements, un membre du Comité a demandé si la *Loi sur la radiodiffusion* devait être modifiée pour préciser le rôle de la SRC dans la programmation locale, ce à quoi M. Rabinovitch a répondu :

> Je crois que vous devez examiner la question très attentivement, mais, si vous ajoutez le local et non pas le régional... Quant à moi, la *Loi* actuelle me satisfait pleinement. Nous avons la lourde responsabilité de refléter la région et d'y produire des programmes, mais, comme le faisait remarquer Carole, le local ne se limite pas aux nouvelles locales. Il nous faut trouver différentes façons de remplir ce mandat. Vous souhaiterez probablement examiner ce point. Vous ne voudrez peut-être pas confier cette responsabilité à la radiotélévision publique[54].

L'émission d'information de l'heure du dîner de la télévision de langue anglaise, *Canada Now*, est l'exemple le mieux connu de la façon dont la SRC s'est efforcé de réinventer sa représentation locale, régionale et nationale, à une époque de restrictions budgétaires et de concurrence féroce. Les membres du Comité ont vu l'émission produite à Vancouver (où le segment national est produit) et à Regina (où les éditions régionales sont réalisées et diffusées).

Canada Now s'efforce de présenter un ensemble de reportages nationaux, régionaux et locaux. En se servant des segments provenant des journalistes de la SRC de toutes les régions du Canada, la Société produit un bulletin de nouvelles nationales de trente minutes et le réassemble à cinq reprises tous les soirs pour cinq fuseaux horaires. Un autre segment d'une demi-heure de nouvelles régionales est également produit dans les stations de la SRC de tout le Canada. Dans certaines régions, l'élément national a préséance, tandis que dans d'autres régions, c'est l'élément régional qui prime. Toutefois, peu importe la région, la tentative *Canada Now*, d'attirer un auditoire important a échoué[55]. M. Robert Rabinovich admet que logiquement l'émission devrait être un succès, mais que la logique ne détermine pas la part de l'auditoire[56].

Le professeur Bruce Wark croit que le réassemblage des nouvelles de l'heure du dîner remodelées de la SRC est malhonnête pour le public et contrevient aux obligations régionales imposées par la *Loi sur la radiodiffusion* et à la licence même de la Société. Il a déclaré au Comité ce qui suit :

> La *Loi* stipule que la programmation assurée par la Société doit refléter le Canada et ses régions pour les auditoires national et régionaux tout en servant les besoins spéciaux de ces régions. Le réseau de CBC tente aujourd'hui de servir ces besoins spéciaux avec une demi-heure de nouvelles de la Nouvelle-Écosse chaque jour de la semaine ... le réseau CBC n'est plus que l'ombre de ce qu'il était autrefois[57].

De nombreux témoins ont également fait des commentaires sur l'importance de maintenir la programmation locale. Par exemple, M. Brian Staples a déclaré au Comité qu'on ne met pas suffisamment l'accent sur les questions locales à la SRC et que la télévision devrait être plus « participative » et encourager les discussions publiques éclairées chez les Canadiens[58]. La Guilde canadienne des médias et la Guilde des employés de journaux du Canada sont d'avis que la SRC n'adopte pas une approche adéquate à l'égard de la programmation locale, même si fondamentalement les gens souhaitent un contenu local[59]. La Music Industry Association of Newfoundland and Labrador ajoute même que « le sous-financement de la SRC enlève leur voix à ces régions, de même qu'aux artistes moins commerciaux »[60].

Le Comité a également entendu des citoyens qui étaient en faveur de la nouvelle orientation de la programmation de la Société. Par exemple,

Mme Jocelyn A. Millard de Winnipeg a écrit pour indiquer au Comité qu'elle :

> ... croit fermement que la radio et la télévision de la SRC ont un rôle important à jouer pour inspirer un sentiment d'identité nationale aux Canadiens d'un océan à l'autre en les informant sur ce qui se produit dans différentes régions de leur pays. Une certaine programmation régionale est certainement importante et nécessaire, mais il faut mettre l'accent sur le véritable aspect national par l'entremise d'un organe national comme la SRC[61].

De même, un syndicat québécois a déclaré au Comité :

> Radio-Canada doit demeurer une télévision généraliste, qui ne se définit pas par la rentabilité économique et indépendante du pouvoir politique[62].

De plus, M. Wes MacAleer, député provincial de l'Île-du-Prince-Édouard a avancé ce qui suit :

> Le premier rôle de la radiodiffusion publique au Canada est de faire la promotion du Canada auprès des Canadiens et aussi de la communauté internationale. Le rôle du radiodiffuseur public canadien est multidimensionnel. En tant qu'institution canadienne fondamentale, Radio-Canada devrait jouer un rôle central dans la vie publique canadienne. La Société a la responsabilité de servir de lieu de convergence nationale, aidant les Canadiens à se comprendre les uns les autres et à comprendre leurs valeurs[63].

En fait, à l'Île-du-Prince-Édouard, la SRC a reçu un appui sans réserve de la part de tous les témoins :

> Par conséquent, je dirais que la radio locale est bien. [...] nous avons tous ce sentiment d'appartenance à la région Atlantique du Canada, plus particulièrement les Maritimes et tout ce qui se passe ici suscite de l'intérêt[64].

> J'ai l'impression qu'en fait, la SRC fait un travail acceptable pour ce qui est de couvrir l'actualité locale[65].

> À l'Île-du-Prince-Édouard, la radiodiffusion publique peut se résumer en un seul mot : communautaire. Le CBC à l'Île-du-Prince-Édouard fait partie de ce que l'on appelle « le mode de vie insulaire »[66].

En plus d'être critiqué pour son retrait de la production locale, on a également reproché à la SRC de fermer ses installations de production interne en faveur d'installations centralisées à Toronto et à Montréal. À St. John's, le président de la Newfoundland and Labrador Film Development Corporation a déclaré ce qui suit au Comité :

> La disparition de la production interne à CBC a eu un effet marquant ici. Le studio de CBC était à une certaine époque, [...] une pépinière qui donnait aux gens de Terre-Neuve et du Labrador l'occasion de mettre en œuvre des projets qui pouvaient ensuite être présentés à l'échelle nationale. Il n'en est plus ainsi aujourd'hui. [...] Tout vient de Toronto maintenant[67].

Des points de vue semblables ont été exprimés par d'autres témoins au cours des déplacements du Comité. Par exemple, M. Georges Arès, président de la Fédération des communautés francophones et acadiennes du Canada, a déclaré aux membres du Comité que les services en français de la SRC étaient beaucoup trop axés sur Montréal :

> Radio-Montréal, comme on l'appelle parfois dans nos communautés et dans certaines régions du Québec, doit continuer à changer pour mieux refléter la réalité des francophones de tout le pays[68].

Les témoins ont également soulevé des questions concernant l'engagement de la SRC à l'égard des auditoires francophones locaux et régionaux — particulièrement ceux qui vivent en situation minoritaire. À l'Île-du-Prince-Édouard, un représentant de la Société Saint-Thomas-d'Aquin, a indiqué au Comité ce qui suit :

> Pour assurer notre survivance, il est essentiel que nous ayons accès à des outils de communication qui contribuent à faire connaître et apprécier notre richesse culturelle et sociale. [...] Nous sommes satisfaits de l'émission du matin de la Société Radio-Canada, *L'Acadie c'matin*, la seule émission francophone produite ici même, au studio de Charlottetown. [...] Elle contribue à l'épanouissement de la francophonie insulaire.
>
> [Mais] nous nous devons de répéter qu'à l'exception de cette émission, le produit que diffuse la société d'État est malheureusement trop souvent fait par et pour la population québécoise. Afin que cette radio reflète aussi les couleurs de l'Acadie, nous souhaitons qu'une plus grande place soit accordée aux productions locales. Les Québécois et Québécoises sont souvent

> ignorants de l'existence d'une population francophone ailleurs que dans leur province. Les Québécois et Québécoises, autant que les Acadiens et les Acadiennes insulaires, gagneraient à voir et à entendre davantage l'Acadie au niveau national[77].

Dans l'Ouest du Canada, M. Denis Desgagné a fait valoir bon nombre de ces points de vue. Il a également ajouté ce qui suit :

> Nous sommes inquiets face à l'érosion de la programmation produite en Saskatchewan au cours de la dernière décennie, faute de financement. [...] Quand on coupe à Radio-Canada, c'est une coupure directe dans les ressources de la communauté francophone, dans notre espoir de conserver la langue et la culture francophones en Saskatchewan[78].

Ainsi, malgré toute l'appréciation à l'égard des services de langue française de la SRC et quelques frustrations quant à ses priorités, on peut constater que la réduction des émissions locales de la Société a été particulièrement difficile pour les communautés minoritaires de langue française à l'extérieur du Québec.

Les préoccupations relatives aux services destinés aux francophones dans les régions ne sont pas limitées aux communautés minoritaires. À Halifax par exemple, un témoin a fait valoir que la radio de la SRC n'est pas assez diversifiée et que le service local aux régions de la Nouvelle-Écosse est au mieux médiocre. Il a expliqué ce qui suit :

> Les budgets de la radio de Radio-Canada ont été saccagés et la radio de Radio-Canada consacre de ce fait le gros de son temps à diffuser la couverture des événements dans Halifax et Sydney et les environs dans le reste de la province. [...] D'autre part, le manque de concurrence, ce qui n'est jamais sain dans le monde du journalisme, a plongé la radio de la Société dans la complaisance. Comme l'a récemment souligné un critique, Halifax est une ville de plus en plus intéressante et cosmopolite, mais vous ne le sauriez jamais en écoutant l'émission locale du matin de CBC[79].

D'autres témoins ont mentionné que la concentration des ressources de la SRC dans les grands centres était injuste pour leur collectivité, notamment parce que les grands centres sont déjà bien servis par les médias privés. Plus particulièrement, les témoins ont indiqué de façon répétée au Comité que les Canadiens de l'Atlantique regardent, écoutent et apprécient le diffuseur public, mais que la faible densité de la population dans cette

région les empêche de recevoir un meilleur service. Dans le même ordre d'idées, dans l'Ouest du Canada, l'importance de la SRC a été soulignée régulièrement et de nombreux témoins ont exprimé leur souhait de la voir présente de nouveau aux niveaux local et régional.

Rôle et mandat de la SRC

Presque tous les témoins ont donné leur opinion sur ce que le rôle et le mandat de notre radiodiffuseur public national devraient être dans le contexte complexe et en évolution constante qui prévaut aujourd'hui. Et les questions se posent clairement — Comment peut-on définir la place que doit occuper la télévision publique à une époque où le choix augmente et où les auditoires sont fragmentés? Quel est son rôle? Quel devrait être son mandat? Qu'est-ce qu'elle devrait faire? Est-elle toujours justifiée? Comment devrait-elle être financée?

Peu de témoins voulaient que la SRC soit dissoute. Toutefois, certains s'opposaient à l'utilisation des fonds publics. Par exemple, un témoin a déclaré que :

> ... si les gens ne veulent pas regarder Radio-Canada, ils changeront de poste. Mais le contribuable ne devrait pas payer pour la SRC. La SRC nous divise. Qui a confiance dans la SRC? Qui regarde la SRC? Cessez de la financer. Sortez de là[73].

Mais ce point de vue était l'exception plutôt que la règle. L'Association canadienne des radiodiffuseurs a avancé que l'on ne devrait pas mesurer les succès de la SRC par rapport aux objectifs commerciaux ou aux indicateurs de rendement et que celle-ci ne devrait pas se contenter de reproduire le type de programmation qui est offert par le secteur privé[74].

En fait, les radiodiffuseurs privés ont répété au Comité que la programmation de la SRC devait être complémentaire plutôt que de ne constituer qu'un autre facteur de concurrence; de plus, les cotes d'écoute devraient être secondaires. Après tout, le PDG de Global Television, M. Leonard Asper, a déclaré au Comité : « Malheureusement, c'est ainsi que les choses se passent. Qu'on soit en Australie, en Allemagne ou en Irlande, *X-Files*, *Friends* et *Survivor* sont des émissions qui viennent en tête de liste de la grillehoraire des radiodiffuseurs partout au monde »[75].

La présidente du conseil d'administration de la SRC est allée encore plus loin en rappelant au Comité que la Société était toujours un lieu de

formation important et qu'à cet égard, elle attirait les talents canadiens, autant devant la caméra qu'en coulisse. Elle a fait remarquer ce qui suit :

> Au cours de votre récente tournée dans l'Ouest du pays, certains d'entre vous ont rencontré Chris Haynes, ingénieur à l'enregistrement. C'est un homme qui possède beaucoup de talent, qui, après des études aux États-Unis, est revenu au pays pour se trouver un emploi à Radio-Canada, à Regina, où il savait qu'il allait pouvoir travailler à des productions à la fine pointe de la technologie[7].

Dans le même ordre d'idées, le Comité a rencontré à la SRC de Halifax une jeune chanteuse qui enregistrait sa musique pour la première fois et plus tard, il a suivi la production de *MacKinnon's Brook Suite* par Scott MacMillan, qui raconte le voyage d'une famille de colons qui a quitté l'Écosse pour venir s'installer en Nouvelle-Écosse.

Questions relatives au financement

Les crédits parlementaires actuels de la SRC contribuent à financer ses six réseaux, 102 stations sources et 26 stations privées affiliées ainsi que la distribution de ses signaux conventionnels et ses initiatives néomédiatiques[8]. Toutefois, la Société n'a jamais été financée entièrement à même les fonds publics et on ne s'est jamais pleinement entendu sur la combinaison appropriée des sources de financement. Par exemple, en 1929, la Commission Aird a indiqué ce qui suit :

> Si le public appartenait en totalité à la classe des auditeurs, rien n'empêcherait de rencontrer le coût total d'un service de radiodiffusion au moyen d'une appropriation faite sur les fonds publics en vertu d'un vote du Parlement[9].

Par contre, en 1957, la Commission Fowler a conclu ce qui suit :

> La publicité contribue de façon positive au niveau de vie et à l'activité économique et ne devrait pas être considérée comme regrettable. Lorsque la SRC s'engage dans des activités commerciales, elle devrait le faire de façon dynamique en ayant pour objectif de tirer le maximum de recettes de ces activités[10].

Le renouvellement annuel des crédits de la SRC par le Parlement a compliqué les choses; la situation a toujours soulevé des inquiétudes quant

à l'autonomie de la SRC par rapport au gouvernement. En effet, il y a plus de 50 ans, il était mentionné dans le rapport Massey :

> Il y a des objections sérieuses à l'octroi d'une subvention annuelle par le Parlement. Bien que d'autres services administratifs essentiels dépendent de crédits votés annuellement, il est à ce point important de soustraire la radio nationale à la possibilité de toute ingérence politique, qu'elle ne devrait pas dépendre, pour ses revenus, d'une intervention annuelle directe de la part du gouvernement au pouvoir. L'attribution d'une allocation statutaire nous semble bien la méthode la plus satisfaisante, puisqu'elle permettrait à Radio-Canada d'élaborer des projets à assez longue échéance, en se fondant sur l'assurance que son revenu ne sera pas comprimé pour une certaine période d'années[39].

L'instabilité budgétaire perturbe les projets de la SRC pour l'année en cours et cause des problèmes les années qui suivent. Cela s'explique par le fait que le cycle de production d'émissions, particulièrement à la télévision, dure souvent plusieurs saisons. Comme M. Rabinovitch a indiqué aux membres du Comité :

> Il est renversant de constater qu'il s'écoule environ trois ans avant qu'une émission passe de l'étape de la conception à celle de la réalisation et de la diffusion, et si on ne peut avoir l'assurance d'obtenir du financement durant une certaine période de temps, il est très difficile de prendre des engagements qui devraient déboucher sur la mise en ondes de nouvelles émissions[40].

Dans ces circonstances, on peut comprendre pourquoi les recettes provenant de la publicité continuent d'être si importantes pour la SRC. Plusieurs témoins ont mentionné au Comité que les recettes provenant de la publicité permettent à la SRC d'être prudente sur le plan financier et que le retrait de la publicité minerait la saine concurrence dans le milieu de la publicité[41]. Dans un document préparé pour le Comité, le consultant Peter Desbarats a expliqué : « les compressions dans les sommes accordées par le Parlement à la SRC ont forcé cette dernière à se tourner davantage vers la publicité, occultant ainsi une des distinctions essentielles entre les diffuseurs publics et privés »[42]. De plus, l'étude de 1999 de McKinsey & Company a révélé une corrélation négative entre la dépendance du radiodiffuseur privé à l'égard de la publicité et les dépenses consacrées à la production d'émissions originales[43].

Pour sa part, le président de la SRC a expliqué que :

> ... la question des messages publicitaires est délicate depuis longtemps. Parfois, une partie du secteur privé voudrait que nous quittions le domaine de la publicité, en raison de l'espace qui se créerait ainsi pour eux. Or nous ne pouvons survivre sans les messages publicitaires dans notre formule de financement actuelle, mais au cours des trois dernières années, nous avons essayé d'examiner nos divers genres d'émissions et nous nous sommes demandé s'il devait y avoir des messages publicitaires dans ce genre-ci et si nous pouvons nous permettre d'abandonner les messages publicitaires dans ce domaine. .... Mais nous sommes allés aussi loin que nous pouvons en ce qui a trait à l'abandon des messages publicitaires[**].

L'insuffisance budgétaire de la SRC permet également d'expliquer pourquoi elle a toujours compté sur des partenaires du secteur privé et, plus récemment, sur des partenaires internationaux[**]. L'Alliance of Canadian Cinema, Television and Radio Artists croit qu'il ne devrait pas y avoir d'alliance commerciale formelle entre la SRC et toute entreprise privée, parce qu'une telle alliance affaiblit la volonté de maintenir des normes élevées[**]. Toutefois, M. Rabinovich a expliqué ce qui suit au Comité :

> J'ai accepté dans le cadre de mon mandat, et mon conseil d'administration a approuvé ce mandat, que nous devrions gérer Radio-Canada sur une base aussi commerciale que possible. Et dans la mesure où nous possédons des actifs, je pense qu'il est de notre responsabilité de générer des recettes avec ces actifs, et non de couper l'herbe sous le pied du secteur privé[**].

La SRC a également soulevé un thème familier : un financement stable, à long terme. Les exemples de témoignages à cet égard sont nombreux :

> Nous avons besoin de financements appropriés, efficaces et à long terme et ça n'a pas été le cas[**].

> ... si le gouvernement impose au radiodiffuseur national des exigences en matière de contenu canadien et de diversité culturelle visant à présenter le Canada aux Canadiens (comme le CRTC l'a fait), le gouvernement doit donner à CBC et à Radio-Canada les moyens d'atteindre ces buts[**].

> ... La CBC/SRC doit disposer de ressources financières accrues pour jouer un rôle central dans le monde de la radiodiffusion

d'aujourd'hui et de demain en continuant de produire des émissions canadiennes"[91].

Pour ce qui est de la télévision de la CBC, je dirais qu'il faudrait lui accorder beaucoup plus d'argent et supprimer la publicité"[91].

D. Solutions proposées

Le président de la SRC a fait une des déclarations les plus importantes de l'étude du Comité lorsqu'il a rappelé aux membres que : « La seule chose qui importe vraiment en matière de radiodiffusion, c'est le contenu : tout le reste n'est que gestion courante »[92]. Il citait le rapport Fowler de 1965; ces paroles sont au moins aussi importantes aujourd'hui qu'elles ne l'étaient alors.

Bien que les émissions visant des communautés, des citoyens et des intérêts publics particuliers occupent un créneau important d'un secteur offrant de multiples chaînes, le Comité reconnaît qu'il sera plus difficile pour les radiodiffuseurs publics ayant un large mandat général de se réadapter. Toutefois, avant de discuter de la question, il convient de se rappeler que le monde dans lequel évoluent les radiodiffuseurs publics d'aujourd'hui est très différent de celui où ils ont vu le jour.

Dans les années 1920 et 1930 (période où la SRC a été proposée et mise sur pied), la plupart des adultes ne détenaient pas un diplôme d'études secondaires et les diplômés universitaires représentaient moins de 10 % de la population adulte. Même si l'apprentissage est un processus de toute une vie, on pourrait facilement avancer que le rôle d'information et d'éducation qu'avaient envisagée les pionniers de la politique de radiodiffusion canadienne est moins pertinent aujourd'hui, surtout si l'on tient compte du fait que le Canada et la plupart des pays développés ont des niveaux d'alphabétisation et de scolarité beaucoup plus élevés et des établissements d'enseignement plus riches (p. ex. des établissements d'enseignement supérieur, des collèges spécialisés et des instituts de formation) qu'autrefois. Toutefois, on pourrait tout aussi facilement déclarer que le rôle d'information et d'éducation est plus important que jamais.

Il convient également de tenir compte des nombreux choix qui s'offrent actuellement à la plupart des citoyens. En 2002, plus de huit millions de ménages canadiens avaient accès à au moins 50 chaînes de télévision, presque tous les ménages avaient la radio et plus de 50 % d'entre eux

avaient accès à Internet. La situation est bien différente de celle des années 1930, alors qu'il n'y avait pas de télévision et que la plupart des ménages ne recevaient que quelques stations de radio. Les journaux étaient moins volumineux et les revues, moins nombreuses, et la seule façon de communiquer sur de grandes distances était le courrier ou — pour ceux qui pouvaient se le permettre — le téléphone. De plus, les librairies qui comptent des dizaines de milliers de titres comme celles que l'on retrouve dans la plupart des grandes villes aujourd'hui n'existaient tout simplement pas.

Toutefois, l'intérêt des choix offerts par les médias d'aujourd'hui est une tout autre histoire. Le Comité a entendu, notamment pendant ses audiences sur la propriété des médias, plusieurs témoignages selon lesquels le secteur des nouveaux médias confirment la nécessité d'un radiodiffuseur public fort et distinct comme la SRC.

Peu importe le point de vue, il est indéniable que la transformation des pratiques de communications a contribué à la diminution de l'auditoire et à l'augmentation de la fragmentation de l'auditoire, même pendant que le Comité tenait des audiences et rédigeait le présent rapport[27]. Il est vrai que plus de 1,8 million de Canadiens ont suivi la série *Trudeau*, mais cela restera l'exception et non la règle, à moins que des sommes importantes ne soient affectées à la production d'émissions originales canadiennes. Comme il est mentionné au chapitre 4, même la période de grande écoute a été gravement touchée par la profusion de chaînes, Internet et l'avènement des enregistreurs vidéo personnel (PVR).

Les nombreux choix offerts posent donc des défis particuliers aux radiodiffuseurs publics. Comme il a déjà été mentionné, la Commission Aird a suggéré qu'il n'était pas déraisonnable d'imaginer le coût du radiodiffuseur public payé à même les fonds gouvernementaux si le gros de la population regarde ses émissions. Toutefois, que survient-il si la majorité de la population ne choisit pas les émissions du radiodiffuseur public national? Dans un contexte de radiodiffusion comptant plus de 200 chaînes, toute émission attirant 2 ou 3 % de l'auditoire est — à bien des égards — une réussite. Mais c'est un mince réconfort pour un radiodiffuseur public qui compte sur des crédits parlementaires. Deux problèmes se posent : celui de la légitimité et celui de l'exécution des mandats relatifs au service public.

Le principe selon lequel le radiodiffuseur peut améliorer la cohésion sociale en créant des émissions d'intérêt général de haute qualité sous-tend

le rôle d'information et d'éducation du radiodiffuseur public[94]. McKinsey & Company fait valoir que le radiodiffuseur public d'intérêt général devra recourir à :

> ... une approche d'inscription à l'horaire fondée sur des types d'émissions d'intérêt général (respectant des normes de qualité appropriées) pour attirer les auditoires et « obtenir le droit » de la part des téléspectateurs de les exposer à une plus grande diversité de genres — particulièrement dans les domaines de l'éducation et de l'information[95].

Toutefois, il sera très difficile de mettre en œuvre cette stratégie dans un univers multichaîne, où les citoyens ont à leur disposition des télécommandes, des magnétoscopes, des DVD, des décodeurs et des RVP.

Ce qui rend la situation encore plus difficile pour le radiodiffuseur public d'aujourd'hui, c'est que la stratégie de réseau traditionnelle qui consiste à attirer un auditoire à une émission — pour le retenir pendant des heures par la suite — ne fonctionne plus lorsqu'il y a un aussi grand choix d'émissions. Le Comité d'examen des mandats de 1996 a reconnu ce problème lorsqu'il a fait observer ce qui suit :

> La concurrence de la SRC [vient] des nouvelles chaînes haut de gamme distribuées par le câble et des autres télévisions publiques. Citons Arts & Entertainment (A&E), le Discovery Channel, le Learning Channel, le Canal D et Bravo!, de même que PBS, Radio-Québec, TVOntario et le Knowledge Network, dont les émissions se comparent jusqu'à un certain point à celles de la SRC[96].

C'est pourquoi il a suggéré que la SRC élabore plus de matériel d'intérêt général :

> Notre modèle pour la SRC n'est pas un créneau étroit. C'est un modèle beaucoup plus pluraliste qu'élitiste. En d'autres mots, la nouvelle SRC doit être un « substitut de haute qualité », mais elle doit aussi prendre au sérieux son obligation de répondre à un vaste éventail de goûts et de besoins. Nous reconnaissons que c'est une tâche redoutable dans l'univers à canaux multiples, mais nous croyons que c'est la seule façon dont la SRC peut survivre[97].

Depuis ce temps toutefois, beaucoup d'autres chaînes spécialisées ont vu le jour (ou ont été offertes) et l'auditoire de la SRC a continué de fondre comme neige au soleil. Mais la SRC est loin d'être seule à devoir composer

avec ce phénomène; en effet, de nombreux radiodiffuseurs publics européens ont également connu une baisse de leur auditoire au cours des années 1990. Qui plus est, aux États-Unis, même les réseaux privés bien établis (ABC, CBS et NBC) ont dû lutter pour conserver leurs parts d'auditoire dans un marché de plus en plus fragmenté comportant un nombre sans cesse croissant de chaînes.

Peut-être est-il inévitable alors que l'absence d'un vaste auditoire n'entraîne avec le temps une lente érosion de la prétention d'un radiodiffuseur public d'intérêt général à des fonds publics. Pour cette seule raison, les radiodiffuseurs publics d'intérêt général continueront de subir des pressions financières et l'examen attentif du monde politique, simplement parce que leur mandat initial semble moins légitime ou réaliste.

Compte tenu de ce qui précède, le Comité présente les observations et les recommandations suivantes afin d'aider la SRC à se repositionner dans le secteur de la radiodiffusion qui évolue rapidement.

Financement stable à long terme

Comme il a été mentionnée à plusieurs reprises, la SRC lutte depuis un certain temps pour rester viable financièrement. Il faut signaler que le Comité a fait des recommandations visant un financement stable dans son rapport de juin 1999 sur la politique culturelle intitulé *Appartenance et identité* :

> Que la Société Radio-Canada bénéficie d'un financement continu et stable afin de pouvoir demeurer une société publique sans but lucratif dans l'intérêt commun.
>
> Que la radio de la SRC bénéficie de niveaux de financement stables et soutenus de façon à ne pas avoir à recourir à des commandites privées ou à la publicité commerciale ou non commerciale.
>
> Que la télévision de la SRC bénéficie de niveaux de financement stables et soutenus de façon que le recours à la publicité puisse être réduit au minimum[18].

Un an plus tard, le vérificateur général a déclaré dans son Rapport d'examen spécial sur la SRC :

> La SRC ne peut fonctionner de manière optimale si elle ne se dote pas d'une stratégie qui établit un équilibre entre les résultats escomptés, les attentes en ce qui a trait à la portée de la programmation et l'affectation optimale à cette fin des ressources disponibles. [...] La SRC doit disposer d'un processus qui lui permet, ainsi qu'à ses principales parties intéressées, de discuter périodiquement du rôle et du financement du radiodiffuseur public et de mesurer son succès[107].

Compte tenu des témoignages que le Comité a entendus au cours des deux dernières années, il ne voit aucune raison pour s'éloigner des recommandations qu'il a faites en 1999. Il craint toutefois que la Société ait besoin plus qu'une assurance de financement stable pour répondre à ses besoins à long terme. Il salue toutefois la promesse du gouvernement faite en février 2003 par l'entremise du ministère du Patrimoine canadien « de veiller à ce que le nouveau cadre financier prévoie effectivement de nouveaux fonds [60 millions de dollars] pour la SRC »[108]. Par ailleurs, face à la baisse globale des crédits parlementaires de la SRC depuis une décennie, le Comité est d'avis que des fonds additionnels sont justifiés. Les paragraphes qui suivent traitent d'aspects se rapportant à la SRC qui, selon le Comité, mériteraient des fonds additionnels. Entre-temps :

RECOMMANDATION 6.1 :

Le Comité recommande que le Parlement accorde à la SRC un financement pluriannuel stable (3 à 5 ans) afin de lui permettre de remplir son mandat tel qu'il est énoncé dans la *Loi sur la radiodiffusion*.

Programmation locale et régionale

Comme il a déjà été mentionné, le Comité craint que les compressions budgétaires — qui ont incité la SRC à mettre l'accent sur son rôle de radiodiffuseur public national — n'aient provoqué une diminution du reflet local dans de nombreuses régions du Canada où très peu de choix sont offerts. Même si le Comité comprend l'importance de la programmation nationale, il constate avec inquiétude qu'un grand nombre d'intervenants croient que la culture locale est moins mise en valeur depuis que la SRC a réduit ses services. Par extension, ces mesures ont ébranlé le rôle important que joue la SRC en tant qu'incubateur culturel.

> La SRC ne peut fonctionner de manière optimale si elle ne se dote pas d'une stratégie qui établit un équilibre entre les résultats escomptés, les attentes en ce qui a trait à la portée de la programmation et l'affectation optimale à cette fin des ressources disponibles. [...] La SRC doit disposer d'un processus qui lui permet, ainsi qu'à ses principales parties intéressées, de discuter périodiquement du rôle et du financement du radiodiffuseur public et de mesurer son succès.

Compte tenu des témoignages que le Comité a entendus au cours des deux dernières années, il ne voit aucune raison pour s'éloigner des recommandations qu'il a faites en 1999. Il craint toutefois que la Société ait besoin plus qu'une assurance de financement stable pour répondre à ses besoins à long terme. Il salue toutefois la promesse du gouvernement faite en février 2003 par l'entremise du ministère du Patrimoine canadien « de veiller à ce que le nouveau cadre financier prévoie effectivement de nouveaux fonds [60 millions de dollars] pour la SRC ». Par ailleurs, face à la baisse globale des crédits parlementaires de la SRC depuis une décennie, le Comité est d'avis que des fonds additionnels sont justifiés. Les paragraphes qui suivent traitent d'aspects se rapportant à la SRC qui, selon le Comité, mériteraient des fonds additionnels. Entre-temps :

RECOMMANDATION 6.1 :

Le Comité recommande que le Parlement accorde à la SRC un financement pluriannuel stable (3 à 5 ans) afin de lui permettre de remplir son mandat tel qu'il est énoncé dans la *Loi sur la radiodiffusion*.

Programmation locale et régionale

Comme il a déjà été mentionné, le Comité craint que les compressions budgétaires — qui ont incité la SRC à mettre l'accent sur son rôle de radiodiffuseur public national — n'aient provoqué une diminution du reflet local dans de nombreuses régions du Canada où très peu de choix sont offerts. Même si le Comité comprend l'importance de la programmation nationale, il constate avec inquiétude qu'un grand nombre d'intervenants croient que la culture locale est moins mise en valeur depuis que la SRC a réduit ses services. Par extension, ces mesures ont ébranlé le rôle important que joue la SRC en tant qu'incubateur culturel.

Les Canadiens cherchent depuis un certain temps déjà à déterminer la façon dont la SRC devrait équilibrer la prestation de services aux collectivités locales et régionales. Comme il a été mentionné, le mandat de la SRC prévoit que : « la programmation de la Société devrait [...] refléter la globalité canadienne et rendre compte de la diversité régionale du pays, tant au plan national qu'au niveau régional, tout en répondant aux besoins particuliers des régions » [c'est nous qui soulignons]. **La responsabilité de répondre aux besoins particuliers des régions faisant déjà partie du mandat de la SRC, le Comité ne voit pas pourquoi il recommanderait l'ajout d'une modification qui reflète cette exigence.**

Quant à la prestation de services locaux, le Comité fait remarquer que le sous-alinéa 3(1)i)(ii) de la *Loi* dispose que : « la programmation offerte par le système canadien de radiodiffusion devrait [...] puiser aux sources locales, régionales, nationales et internationales ». C'est pourquoi **le Comité est d'avis qu'il incombe à la SRC d'offrir aux auditoires une certaine programmation locale — établie en fonction des besoins.**

Le Comité fait remarquer qu'en 1980, le président de la SRC, M. A.W. Johnson, a déclaré au Comité d'étude de la politique culturelle fédérale (Comité Applebaum-Hébert) qu'une « partie raisonnable des émissions canadiennes devaient être des émissions locales et régionales destinées à des auditoires locaux et régionaux. Si nous ne veillons pas à ce qu'il en soit ainsi, nous trahissons notre mandat »[111].

Le Comité estime toutefois que la SRC ne peut être tenue de mettre l'accent sur une partie de son mandat, en plus de s'acquitter de ses autres responsabilités, sans être assurée de disposer de ressources suffisantes. Elle ne devrait pas non plus être le seul radiodiffuseur ayant des obligations envers les régions du Canada. C'est pourquoi au chapitre 9 du présent rapport, le Comité recommande la création d'un programme de radiodiffusion locale auquel tous les radiodiffuseurs, y compris la SRC, seraient admissibles; le fonds favoriserait les partenariats entre les radiodiffuseurs locaux et des parties intéressées dans le but de créer des services de programmation répondant aux besoins particuliers de certaines régions.

La SRC pourrait offrir des services asymétriques. Dans un pays aussi vaste et hétérogène que le Canada, le radiodiffuseur public peut être appelé à adapter sa présence et à assumer des responsabilités différentes selon la région visée. À Toronto, par exemple, la SRC n'est qu'une voix parmi d'autres dans un marché très concurrentiel. Son rôle consiste à offrir une programmation différente de celle que fournissent les radiodiffuseurs

privés. Par contre, dans des régions rurales de la Saskatchewan ou du Québec, ou encore à Terre-Neuve, elle est peut-être la seule voix forte. Elle peut alors représenter l'un des éléments fondamentaux de la vie de la collectivité. Il est clair que la SRC ne peut plus donner satisfaction à tous par une programmation uniforme.

Programmation canadienne

L'établissement d'un plan stratégique pour assurer la prestation de services locaux et régionaux n'est que l'une des mesures à prendre pour insuffler un nouveau dynamisme à la SRC. En effet, les témoins ont clairement indiqué que les ressources limitées dont dispose la SRC l'empêchent de présenter un éventail suffisamment large d'émissions de télévision typiquement canadienne de grande qualité. Pourtant, le nombre d'auditeurs qu'ont attirés de récentes séries comme *Le Canada — Une histoire populaire*, *Trudeau*, *Music-hall* et *Le dernier chapitre* démontre que les Canadiens ont le goût de voir des émissions canadiennes de grande qualité. Compte tenu de ce qui précède, le Comité est convaincu que le conseil d'administration de la SRC devrait également élaborer un plan concernant les objectifs de programmation canadienne à long terme de l'organisme.

Conquête de nouveaux auditoires

Lorsqu'il a visité les installations de la SRC dans diverses régions du Canada, le Comité a été très impressionné par la portée, la qualité et la quantité des services de nouveaux médias mis au point par la SRC. Il est clair que des initiatives telles que *Radio 3*, *Bandeapart* et *ZedTV* sont le résultat d'une utilisation efficace et rentable des fonds de la SRC qui permettent de joindre un auditoire plus jeune et plus vaste. De plus, ce que le Comité a vu et entendu au cours de son étude l'a persuadé que l'avenir des communications, au Canada et dans le monde, repose sur des stratégies multiplateformes faisant appel à du contenu en ligne pour compléter la programmation radiophonique et télévisuelle. Par conséquent, étant donné la croissance rapide de l'Internet comme nouveau protocole utilisé par les Canadiens pour les télécommunications :

RECOMMANDATION 6.2 :

Le Comité recommande que, pour plus de précision, la *Loi sur la radiodiffusion* soit modifiée de manière à reconnaître la

privés. Par contre, dans des régions rurales de la Saskatchewan ou du Québec, ou encore à Terre-Neuve, elle est peut-être la seule voix forte. Elle peut alors représenter l'un des éléments fondamentaux de la vie de la collectivité. Il est clair que la SRC ne peut plus donner satisfaction à tous par une programmation uniforme.

Programmation canadienne

L'établissement d'un plan stratégique pour assurer la prestation de services locaux et régionaux n'est que l'une des mesures à prendre pour insuffler un nouveau dynamisme à la SRC. En effet, les témoins ont clairement indiqué que les ressources limitées dont dispose la SRC l'empêchent de présenter un éventail suffisamment large d'émissions de télévision typiquement canadienne de grande qualité. Pourtant, le nombre d'auditeurs qu'ont attirés de récentes séries comme *Le Canada — Une histoire populaire*, *Trudeau*, *Music-hall* et *Le dernier chapitre* démontre que les Canadiens ont le goût de voir des émissions canadiennes de grande qualité. Compte tenu de ce qui précède, le Comité est convaincu que le conseil d'administration de la SRC devrait également élaborer un plan concernant les objectifs de programmation canadienne à long terme de l'organisme.

Conquête de nouveaux auditoires

Lorsqu'il a visité les installations de la SRC dans diverses régions du Canada, le Comité a été très impressionné par la portée, la qualité et la quantité des services de nouveaux médias mis au point par la SRC. Il est clair que des initiatives telles que *Radio 3*, *Bandapart* et *ZoiTV* sont le résultat d'une utilisation efficace et rentable des fonds de la SRC qui permettent de joindre un auditoire plus jeune et plus vaste. De plus, ce que le Comité a vu et entendu au cours de son étude l'a persuadé que l'avenir des communications, au Canada et dans le monde, repose sur des stratégies multiplateformes faisant appel à du contenu en ligne pour compléter la programmation radiophonique et télévisuelle. Par conséquent, étant donné la croissance rapide de l'Internet comme nouveau protocole utilisé par les Canadiens pour les télécommunications

RECOMMANDATION 6.2 :

Le Comité recommande que, pour plus de précision, la *Loi sur la radiodiffusion* soit modifiée de manière à reconnaître la

valeur des services néomédiatiques comme élément complémentaire de la stratégie de programmation globale de la SRC.

Planification stratégique

De l'analyse qui précède, le Comité conclut qu'il est plus essentiel que jamais que la SRC indique clairement aux Canadiens comment elle entend s'acquitter de son mandat pour continuer de servir leurs besoins dans les années à venir. Le Comité est d'avis que le conseil d'administration de la Société a un rôle actif et important à jouer dans la formulation et le raffinement de l'orientation à donner à la fonction de la Société en matière de rayonnement local et régional dans les régions mal servies, de programmation canadienne et de programmation des nouveaux médias. Cela dit :

RECOMMANDATION 6.3 :

Le Comité recommande que la SRC présente au Parlement, un an après le dépôt du présent rapport, un plan stratégique, accompagné d'une estimation des ressources nécessaires, sur les mesures qu'elle entend prendre pour remplir son mandat de radiodiffuseur public et :

(a) offrir une programmation locale et régionale

(b) atteindre ses objectifs en matière de programmation canadienne

(c) présenter une programmation des nouveaux médias.

Gestion et responsabilité

Les chapitres 18 et 19 portent sur une série de questions qui ont une incidence sur le fonctionnement futur de la SRC, notamment les nominations au conseil d'administration, les conflits d'intérêts, la gestion et la responsabilité. Ils mentionnent également que les cibles, objectifs et sous-objectifs de certains instruments de politique publique, notamment la SRC, sont mal définis, voire inexistants, et que l'évaluation des résultats et les rapports de ces organismes à cet égard ont tendance à mettre l'accent

sur les extrants plutôt que sur les résultats. Compte tenu de ce qui précède, le Comité croit important que les plans stratégiques susmentionnés soient conçus de manière à permettre — si ces plans sont mis en œuvre — l'évaluation des résultats et la production de rapports périodiques à ce sujet au cours des années à venir.

RECOMMANDATION 6.4 :

Le Comité recommande que les incidences et les résultats des plans stratégiques de la SRC (relatifs à la présentation d'émissions locales et régionales, d'émissions canadiennes et d'initiatives de nouveaux médias multiplateformes) fassent l'objet d'un rapport annuel et d'une évaluation bisannuelle. Les évaluations devraient respecter les normes d'évaluation des programmes du gouvernement du Canada.

Marge de manœuvre opérationnelle

Lorsqu'elle a comparu devant le Comité, la SRC a demandé que plusieurs aspects clés de la *Loi sur la radiodiffusion* soient modifiés afin de lui donner une plus grande marge de manœuvre. Le Comité reconnaît que l'approbation de plusieurs de ces demandes aiderait probablement la SRC à mener ses activités. Toutefois, comme ces recommandations particulières portent sur des aspects précis de la *Loi sur la gestion des finances publiques* et des exigences du Conseil du Trésor, elles débordent le cadre du mandat du Comité. Celui-ci estime malgré tout que la question mérite d'être étudiée plus avant par le gouvernement.

Le Comité reconnaît que la SRC pourrait avoir besoin de financement ponctuel particulier pour effectuer la transition des technologies analogiques aux technologies numériques (voir le chapitre 12). En conséquence :

RECOMMANDATION 6.5 :

Le Comité recommande que la SRC présente au Parlement un plan expliquant ses besoins relatifs à la transition aux technologies numériques et qu'elle reçoive une aide financière ponctuelle pour répondre à ces besoins.

valeur des services néomédiatiques comme élément complémentaire de la stratégie de programmation globale de la SRC.

Planification stratégique

De l'analyse qui précède, le Comité conclut qu'il est plus essentiel que jamais que la SRC indique clairement aux Canadiens comment elle entend s'acquitter de son mandat pour continuer de servir leurs besoins dans les années à venir. Le Comité est d'avis que le conseil d'administration de la Société a un rôle actif et important à jouer dans la formulation et le raffinement de l'orientation à donner à la fonction de la Société en matière de rayonnement local et régional dans les régions mal servies, de programmation canadienne et de programmation des nouveaux médias. Cela dit :

RECOMMANDATION 6.3 :

Le Comité recommande que la SRC présente au Parlement, un an après le dépôt du présent rapport, un plan stratégique, accompagné d'une estimation des ressources nécessaires, sur les mesures qu'elle entend prendre pour remplir son mandat de radiodiffuseur public et :

(a) offrir une programmation locale et régionale

(b) atteindre ses objectifs en matière de programmation canadienne

(c) présenter une programmation des nouveaux médias.

Gestion et responsabilité

Les chapitres 18 et 19 portent sur une série de questions qui ont une incidence sur le fonctionnement futur de la SRC, notamment les nominations au conseil d'administration, les conflits d'intérêts, la gestion et la responsabilité. Ils mentionnent également que les cibles, objectifs et sous-objectifs de certains instruments de politique publique, notamment la SRC, sont mal définis, voire inexistants, et que l'évaluation des résultats et les rapports de ces organismes à cet égard ont tendance à mettre l'accent

sur les extrants plutôt que sur les résultats. Compte tenu de ce qui précède, le Comité croit important que les plans stratégiques susmentionnés soient conçus de manière à permettre — si ces plans sont mis en œuvre — l'évaluation des résultats et la production de rapports périodiques à ce sujet au cours des années à venir.

RECOMMANDATION 6.4 :

Le Comité recommande que les incidences et les résultats des plans stratégiques de la SRC (relatifs à la présentation d'émissions locales et régionales, d'émissions canadiennes et d'initiatives de nouveaux médias multiplateformes) fassent l'objet d'un rapport annuel et d'une évaluation bisannuelle. Les évaluations devraient respecter les normes d'évaluation des programmes du gouvernement du Canada.

Marge de manœuvre opérationnelle

Lorsqu'elle a comparu devant le Comité, la SRC a demandé que plusieurs aspects clés de la *Loi sur la radiodiffusion* soient modifiés afin de lui donner une plus grande marge de manœuvre. Le Comité reconnaît que l'approbation de plusieurs de ces demandes aiderait probablement la SRC à mener ses activités. Toutefois, comme ces recommandations particulières portent sur des aspects précis de la *Loi sur la gestion des finances publiques* et des exigences du Conseil du Trésor, elles débordent le cadre du mandat du Comité. Celui-ci estime malgré tout que la question mérite d'être étudiée plus avant par le gouvernement.

Le Comité reconnaît que la SRC pourrait avoir besoin de financement ponctuel particulier pour effectuer la transition des technologies analogiques aux technologies numériques (voir le chapitre 12). En conséquence :

RECOMMANDATION 6.5 :

Le Comité recommande que la SRC présente au Parlement un plan expliquant ses besoins relatifs à la transition aux technologies numériques et qu'elle reçoive une aide financière ponctuelle pour répondre à ces besoins.

Place de la SRC dans le système canadien de radiodiffusion

La radiodiffusion au Canada s'est transformée radicalement depuis la création de la SRC en 1936. Après avoir longuement débattu de la question, le Comité reste convaincu que la SRC continue d'être un important instrument de politique publique qui favorise et met en valeur les cultures dynamiques et variées du Canada. C'est pourquoi le Comité est d'avis qu'il est grand temps — et entièrement possible — de donner un nouvel élan au radiodiffuseur public du Canada en lui confiant un nouveau mandat qui recevrait un accueil généralement favorable de la part des Canadiens.

RECOMMANDATION 6.6 :

Le Comité réaffirme l'importance de la radiodiffusion publique en tant qu'instrument essentiel à la promotion, à la préservation et au développement de la culture, et il recommande que le gouvernement ordonne au CRTC d'interpréter la *Loi sur la radiodiffusion* en conséquence.

À cette dernière recommandation se rattache une grave préoccupation du Comité : depuis un certain temps, le CRTC se prête à une microgestion des activités quotidiennes de la SRC en lui imposant des conditions de licence qui comportent des attentes quant au choix d'émissions, au nombre d'émissions d'un certain type qui devraient être diffusées et à l'affectation des fonds de la SRC. Le Comité traite de cette question au chapitre 19.

Notes en fin de chapitre

1 Australian Broadcasting Corporation Act 1983, article 6.

2 McKinsey & Company, *Public Service Broadcasters Around the World: A McKinsey Report for the BBC*, Londres 1999.

3 Par exemple, une étude récente de la télévision publique, menée par le Centre d'études sur les médias, Portrait de la télévision publique dans dix pays, dont le Canada, 2001, ne mentionne nullement les radiodiffuseurs éducatifs ou sans but lucratif du Canada. Dans le même ordre d'idées, l'étude de 1999 des radiodiffuseurs publics de McKinsey & Company met l'accent exclusivement sur les radiodiffuseurs généralistes recevant un financement gouvernemental important.

4 Le gaélique est parlé en Écosse, au Pays de Galles et en Irlande.

5 Comme un témoin l'a fait remarquer : « La population de la Grande-Bretagne est à peu près le double de la nôtre, et sa superficie équivaut à environ la moitié de l'île de Terre-Neuve à l'exclusion du Labrador. Réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, 29 avril 2002.

6 Peter Humphreys, *Regulatory Policy and National Context : The UK Case*, Department of Government, Université de Manchester, Angleterre, 2002, p. 1.

Place de la SRC dans le système canadien de radiodiffusion

La radiodiffusion au Canada s'est transformée radicalement depuis la création de la SRC en 1936. **Après avoir longuement débattu de la question, le Comité reste convaincu que la SRC continue d'être un important instrument de politique publique qui favorise et met en valeur les cultures dynamiques et variées du Canada. C'est pourquoi le Comité est d'avis qu'il est grand temps — et entièrement possible — de donner un nouvel élan au radiodiffuseur public du Canada** en lui confiant un nouveau mandat qui recevrait un accueil généralement favorable de la part des Canadiens.

RECOMMANDATION 6.6 :

Le Comité réaffirme l'importance de la radiodiffusion publique en tant qu'instrument essentiel à la promotion, à la préservation et au développement de la culture, et il recommande que le gouvernement ordonne au CRTC d'interpréter la *Loi sur la radiodiffusion* en conséquence.

À cette dernière recommandation se rattache une grave préoccupation du Comité : depuis un certain temps, le CRTC se prête à une microgestion des activités quotidiennes de la SRC en lui imposant des conditions de licence qui comportent des attentes quant au choix d'émissions, au nombre d'émissions d'un certain type qui devraient être diffusées et à l'affectation des fonds de la SRC. Le Comité traite de cette question au chapitre 19.

Notes en fin de chapitre

1 Australian Broadcasting Corporation Act (1983), article 6.

2 McKinsey & Company. *Public Service Broadcasters Around the World. A McKinsey Report for the BBC*, Londres, 1999.

3 Par exemple, une étude récente de la télévision publique, menée par le Centre d'études sur les médias (Portrait de la télévision publique dans dix pays, dont le Canada, 2001) ne mentionne nullement les radiodiffuseurs éducatifs ou sans but lucratif du Canada. Dans le même ordre d'idées, l'étude de 1999 des radiodiffuseurs publics de Mckinsey & Company met l'accent exclusivement sur les radiodiffuseurs généralistes recevant un financement gouvernemental important.

4 Le gaélique est parlé en Écosse, au Pays de Galles et en Irlande.

5 Comme un témoin l'a fait remarquer : « La population de la Grande-Bretagne est à peu près le double de la nôtre et sa superficie équivaut à environ la moitié de l'île de Terre-Neuve, à l'exclusion du Labrador. Réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, 29 avril 2002.

6 Peter Humphreys, *Regulatory Policy and National Content : The UK Case*, Department of Government, Université de Manchester, Angleterre, 2002, p. 1.

7 McKinsey & Company.
8 *Ibid.*, p. 28.
9 *Ibid.*, p. 29.
10 Jeanette Steemers. *Public Service Broadcasting Is Not Dead Yet — Survival Strategies In The 21st Century*. Document présenté à la conférence RIPE@, Finlande, 17-19 janvier 2002, p. 4.
11 Les principaux éléments qui ont été retirés du mandat de la Société en 1991 incluaient : contribuer à l'unité nationale canadienne, dispenser un service qui équilibre les types de programmation offerts, servir un public de divers groupes d'âge, intérêts et goûts, offrir la gamme complète des émissions disponibles, compter exclusivement sur les fonds publics ou offrir un divertissement régional en particulier.
12 Depuis les débuts de la SRC, le rôle et le mandat de l'organisme font régulièrement l'objet d'un examen. À titre de référence, l'annexe 10 présente une liste de ces examens.
13 ARTV et le Documentary Channel sont exploités en collaboration avec des partenaires du secteur privé.
14 Recherche de la SRC, février 2002.
15 Le résumé le plus récent sur les auditeurs de la radio canadienne publié par Statistique Canada (*Le Quotidien*, 21 octobre 2002, Catalogue 11-001-XIE) démontre que les services radio de la SRC (en anglais et en français) ont récolté environ 7,1 % de tous les auditeurs de l'automne 2001. Ces données sont considérablement plus modestes que celles présentées à la figure 4.2 parce que Statistique Canada calcule le temps d'écoute moyenne d'après le nombre total d'heures d'écoute divisé par le nombre total de personnes ayant écouté ou non la radio. La différence dans ce qui est évalué se rattache à une distinction importante relative aux intérêts des annonceurs et des décideurs qui est examinée au chapitre 4.
16 Pour en savoir plus sur les choix accrus de chaînes de télévision de langue française et de langue anglaise sur le marché canadien, voir le chapitre 4.
17 Dans sa recherche, la SRC compare en général sa part d'auditoire et les données sur l'écoute avec celles des radiodiffuseurs hertziens conventionnels. Les chapitres 4 et 8 présentent ces données dans le contexte plus large de toute la programmation présentée au Canada.
18 Ces auditoires sont peu nombreux si on les compare avec ceux de toutes les émissions américaines regardées par les Canadiens durant les heures de grande écoute. Un examen plus approfondi de la part d'auditoire de la programmation canadienne et étrangère est présenté au chapitre 4.
19 De plus, les crédits parlementaires de la SRC ont diminué de près de 300 millions de dollars par rapport à ceux dont elle disposait au milieu des années 1980.
20 En 2001-2002, la SRC a reçu du Parlement 840,4 millions de dollars, dont 60 millions sous forme de versement ponctuel; les crédits initiaux étaient donc de 780 millions de dollars avant le supplément.
21 Il convient de noter que la seule source de recettes publicitaires de la SRC provient de la télévision.
22 La SRC transmet la programmation de ses principaux réseaux radiophoniques (y compris les signaux locaux) par l'intermédiaire d'Internet et y présente des clips vidéo (en grande partie des nouvelles et de l'information) provenant de ses réseaux de télévision.
23 Rapport du Groupe de travail de la politique sur la radiodiffusion (Caplan-Sauvageau), Ottawa, Ministre des Approvisionnements et services, 1986, p. 289.
24 M. Gérard Veilleux, président de la SRC. *Rapport annuel de la SRC 1992-1993*, « Rapport du président », p. 10.
25 Rapport annuel de la SRC 1993-1994.
26 Rapport annuel de la SRC 2000-2001.
27 Réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, 21 mars 2002.
28 *Ibid.*
29 M. Armand Dubois (journaliste du réseau TVA à Montréal, Conseil provincial pour le secteur des communications, Syndicat canadien de la fonction publique). Réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, 21 mai 2002.
30 Réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, 1er mai 2002.
31 Conseil provincial du secteur des communications du Syndicat canadien de la fonction publique. Mémoire, septembre 2001, annexe G, p. 8-9.
32 Canadian Independent Record Production Association. Mémoire, p. 3.
33 Guilde canadienne des médias et Guilde des employés de journaux. Mémoire, p. 30.
34 Writers Guild of Canada. Mémoire, p. 5.

35 Conseil provincial du secteur des communications du Syndicat canadien de la fonction publique, p. 5.
36 Serge Paquin, secrétaire général, Alliance des radios communautaires du Canada. Réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, 19 mars 2002.
37 Allan S. Taylor. Réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, 28 février 2002.
38 Lettre de Ken Schykulski au Comité permanent du patrimoine canadien, 2 mars 2002.
39 Thor Bishopric, président, Alliance of Canadian Cinema, Television and Radio Artists (ACTRA). Réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, 9 mai 2002.
40 Leo Furey, président, Newfoundland and Labrador Film Development Corporation. Réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, 29 avril 2002.
41 Katie Nicholson, St. John's International Women's Film and Video Festival. Réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, 29 avril 2002.
42 Fédération nationale des communications. Mémoire, p. 16.
43 Barri Cohen, présidente nationale, Caucus canadien de la vidéo et du cinéma indépendants. Réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, 9 mai 2002.
44 Thor Bishopric, président, Alliance of Canadian Cinema, Television and Radio Artists (ACTRA). Réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, 9 mai 2002.
45 Greg Malone. Réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, 29 avril 2002.
46 Fédération nationale des communications. Mémoire, p. 15.
47 Patrick Flanagan. Réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, 9 mai 2002.
48 Brian Pollard. Réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, 9 mai 2002.
49 Leo Furey. Réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, 29 avril 2002.
50 Rick Mercer. Bande vidéo présentée au Comité à Halifax (Nouvelle-Écosse), 30 avril 2002.
51 *Faire entendre nos voix : le cinéma et la télévision au XXIe siècle* Rapport du Comité d'examen des mandats, Ottawa, ministère du Patrimoine canadien, 1996, p. 45.
52 Réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, 14 mars 2002.
53 *Ibid.*
54 *Ibid.*
55 La question de la concurrence pour l'auditoire est traitée au chapitre 4.
56 Réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, 14 mars 2002.
57 Réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, 30 avril 2002.
58 Réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, 27 février 2002.
59 Réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, 11 avril 2002.
60 Réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, 29 avril 2002.
61 Lettre au Comité permanent du patrimoine canadien, 14 février 2002.
62 Conseil provincial du secteur des communications du Syndicat canadien de la fonction publique, p. 5.
63 Réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, 1er mai 2002.
64 George Park. Réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, 1er mai 2002.
65 David Helwig. Réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, 1er mai 2002.
66 Steve Stapleton. Réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, 1er mai 2002.
67 Leo Furey. Réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, 29 avril 2002.
68 *Ibid.*
69 Maria Bernard. Réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, 1er mai 2002.
70 Denis Desgagné, directeur exécutif, Assemblée communautaire fransaskoise, 28 février 2002.
71 Bruce Wark, professeur agrégé de journalisme, University of King's College. Réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, 30 avril 2002.
72 Gwendolyn Landolt, vice-présidente nationale, *REAL Women of Canada*. Réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, 4 décembre 2001.
73 Association canadienne des radiodiffuseurs. Mémoire, p. 12.
74 Réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, 1er mars 2002.
75 Réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, 14 mars 2002.
76 Les services spécialisés de la SRC (CBC Newsworld, RDI et Galaxie) se financent par le truchement des droits des abonnés, tandis que Radio Canada International reçoit des crédits parlementaires distincts. Toutefois, il convient de noter que ces services ne seraient pas autonomes sans l'infrastructure du réseau.
77 Rapport de la Commission royale de la radiodiffusion (Commission Aird), Ottawa, F.A. Acland, 1989, p. 9.

78 Warner Troyer. *The Sound & the Fury: an Anecdotal History of Canadian Broadcasting*. Toronto: Personal Library, 1982, p. 172.

79 Rapport de la Commission royal d'enquête sur l'avancement des arts, des lettres et des sciences au Canada : 1949-1951 (Commission Massey). Ottawa: Imprimeur de la Reine, 1951, p. 294.

80 Réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, 14 mars 2002.

81 Un témoin a même été jusqu'à suggérer que la radio de la SRC devrait présenter des spots publicitaires. (Robert Reaume, vice-président, Médias et recherche, Association canadienne des annonceurs, réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, 18 avril 2002.) Toutefois, plusieurs autres témoins étaient d'avis que les réseaux radiophoniques de la SRC devaient demeurer sans publicité.

82 Peter Desbarats. *L'avenir de la radiodiffusion publique — Distinction ou disparition*. Document de discussion rédigé à l'intention du Comité permanent du patrimoine canadien de la Chambre des communes.

83 McKinsey & Company.

84 Réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, 14 mars 2002.

85 Les stations privées affiliées à la SRC ont assuré la radiodiffusion publique aux communautés comme Dawson Creek (Colombie-Britannique), Brandon (Manitoba), Rouyn (Québec) depuis la Grande Dépression des années 1930.

86 Alliance of Canadian Cinema, Television and Radio Artists. Mémoire, p. 15.

87 *Ibid.*

88 Brian Staples. Réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, 27 février 2002.

89 Alliance de la vidéo et du cinéma indépendants. Mémoire, p. 4.

90 Mémoire de la Writers Guild, p. 2.

91 Alan Taylor. Réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, 28 février 2002.

92 Réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, 14 mars 2002.

93 En fait, plus de quarante nouveaux services de télévision numérique ont été lancés à l'automne 2001. Il s'agissait du plus important lancement de l'histoire des services télévisés au Canada.

94 McKinsey & Company, p. 35.

95 *Ibid.*, p. 38.

96 Comité d'examen des mandats, p. 107.

97 *Ibid.*, p. 107.

98 *Appartenance et identité : L'évolution du rôle du gouvernement fédéral pour soutenir la culture au Canada*. Rapport du Comité permanent du patrimoine canadien. Ottawa, Chambre des communes, 1999, recommandation 26, p. 98.

99 Rapport d'examen spécial, Société Radio-Canada, Bureau du vérificateur général du Canada, juin 2000.

100 Hansard (37e législature, 2e session), 19 février 2003.

101 Comité d'étude de la politique culturelle fédérale. Résumé des mémoires et des audiences (Applebaum-Hébert). Ottawa, Approvisionnements et Services Canada, 1982.

ÉTAT DU SYSTÈME

Chapitre 7

Radiodiffusion sans but lucratif

En plus de la Société Radio-Canada, plusieurs radiodiffuseurs canadiens fonctionnent, à toutes fins utiles, comme des radiodiffuseurs publics. Certains de taille relativement petite offrent des services communautaires dont la distribution et la portée sont limitées, tandis que d'autres entreprises de plus grande taille et sans but lucratif comptent sur diverses sources de financement telles que les fonds fédéraux ou provinciaux, les tarifs d'abonnement et les recettes publicitaires. Un analyste a déclaré qu'ensemble, ces radiodiffuseurs sont probablement sans pareils dans les autres pays[1].

Le présent chapitre contient des renseignements sommaires sur les plus grands radiodiffuseurs faisant partie de cette catégorie, soit les services nationaux, les services internationaux et les services éducatifs provinciaux. Lorsqu'ils sont pertinents, les témoignages qu'a entendus le Comité au sujet de ces radiodiffuseurs (ou par eux) sont présentés.

A. Services nationaux

En plus de la SRC et de ses services spécialisés (Newsworld, Réseau de l'information et Galaxie), le Canada compte trois autres services de télévision spécialisés qu'il serait très pertinent d'appeler des radiodiffuseurs publics nationaux. Ce sont : Aboriginal Peoples Television Network (APTN), Vision TV (un service religieux multiconfessionnel) et la Chaîne d'affaires publiques par câble (CPAC).

Aboriginal Peoples Television Network

Tel qu'il est mentionné au chapitre 2, l'article 3 de la *Loi sur la radiodiffusion* reconnaît que les peuples autochtones occupent une « place particulière » au sein de la société canadienne et que « le système canadien de radiodiffusion devrait offrir une programmation qui reflète les cultures autochtones du Canada ».

À cet égard, le CRTC a confirmé en 1998 qu'une chaîne autochtone « devrait être offerte partout au Canada afin de répondre aux nombreux besoins des diverses collectivités autochtones ainsi qu'à ceux des autres

Canadiens[2] ». L'Aboriginal Peoples Television Network (APTN) a obtenu une licence d'exploitation peu après.

L'inauguration de Aboriginal Peoples Television Network en septembre 1999 est un événement marquant de la radiodiffusion canadienne. Le réseau a pour mandat d'offrir un service de base aux Autochtones et de refléter leurs préoccupations et la diversité de leurs cultures. Il offre aux Premières nations, aux Inuits et aux Métis la possibilité de raconter leurs histoires au reste du monde. L'APTN s'efforce également d'offrir à tous les Canadiens un aperçu de la vie des Autochtones du Canada afin de créer « un pont entre les cultures pour permettre à tous les Canadiens de se comprendre[3] ».

Récemment, l'APTN a notamment diffusé des nouvelles, des émissions d'actualité, des séries pour enfants, des émissions éducatives, des émissions de variété, des émissions dramatiques produites exclusivement pour l'Amérique du Nord, des documentaires et des longs métrages. En octobre 2002, le réseau a commencé à diffuser un téléjournal national quotidien, *APTN National News*. Il a également lancé une émission téléphonique hebdomadaire visant à tenir des discussions en ligne sur les sujets et les personnes qui font l'actualité et touchent les collectivités autochtones du Canada.

Soixante pour cent des émissions de l'APTN sont présentés en anglais, 25 % en langues autochtones et 15 % en français. Selon les conditions de licence, le réseau doit présenter un contenu canadien d'au moins 70 %[4]. L'APTN est offert à huit millions de ménages canadiens par câblodistribution, service de diffusion directe par satellite et services sans fil. En 2002, il a reçu 15,8 millions de dollars de frais d'abonnement, 2,1 millions de dollars du ministère du Patrimoine canadien et 4 millions de dollars provenant des recettes publicitaires et d'autres sources, ce qui représente des recettes totales de près de 22 millions de dollars.

L'APTN a rencontré le Comité à deux reprises à Winnipeg (lors d'une audience officielle et plus tard, dans ses locaux du centre-ville) et les représentants du réseau en ont profité pour faire état d'une série de promesses non tenues et de recommandations sans suite. Par exemple, une étude publiée en 2000 par le ministère du Patrimoine canadien (le Rapport McGregor) recommandait que du matériel de mise à niveau d'une valeur de 4,74 millions de dollars soit donné aux organisations financées par le Programme d'accès des Autochtones du Nord à la radiodiffusion (PAANR)[5]. Une autre recommandation proposait que les organisations du

PAANR qui ne sont pas admissibles à la production télévisuelle reçoivent 7,062 millions de dollars. Toutefois, le ministère n'a pas donné suite à ces recommandations.

Le président de l'APTN, M. Clayton Gordon, a dit au Comité qu'il est urgent d'injecter de l'argent dans le remplacement des immobilisations :

> Un fonds unique de remplacement des immobilisations constitue le besoin le plus pressant. Paralysés par deux décennies de compressions budgétaires, un grand nombre des diffuseurs qui reçoivent des subventions du Programme d'accès des Autochtones du Nord à la radiotélédiffusion (PAANR) ont été contraints d'utiliser des caméras, des systèmes d'édition et de l'équipement audio qui ne seraient pas acceptés par une entreprise de câblodistribution locale, sans parler d'un réseau national[9].

En outre, parce que l'APTN achète une bonne partie de ses émissions auprès de producteurs indépendants, ses représentants s'inquiètent du déclin graduel du financement des producteurs autochtones. À cet égard, M. Jim Compton, directeur de la programmation de l'APTN, a souligné une situation d'une ironie déconcertante : bien que la distribution soit plus grande et mieux organisée depuis l'arrivée de l'APTN, le financement du PAANR est maintenant plus bas que jamais. D'après lui, « on pourrait comparer cette situation à l'annonce d'un programme national de construction d'autoroutes et l'interdiction simultanée des automobiles[10] ».

M. Compton a donné des précisions sur ce point en expliquant qu'il y eut une époque où le PAANR :

> [...] soutenait 13 groupes partout au pays, de la Colombie-Britannique au Labrador. Chaque région devait déterminer quel service serait initialement offert, radio ou télévision. Il était prévu que chaque région recevrait ensuite des fonds pour offrir des services dans les deux médias — la télévision et la radio.
>
> Malheureusement, le financement consacré à l'expansion du PAANR a été gelé après les élections de 1984, et les groupes qui réalisaient des émissions pour la radio n'ont jamais pu faire des émissions de télévision. Des régions entières du Canada ont été laissées sans service de télévision dans leur langue. Aucun réalisateur d'émissions télévisées n'est financé par le PAANR en Alberta, en Saskatchewan, au Québec francophone, en Colombie-Britannique ou parmi les Premières Nations des Territoires du Nord-Ouest[11].

L'APTN a également souligné les problèmes que soulève le financement provenant des principaux organismes, notamment Téléfilm Canada et le FCT. Les règles du FCT, a expliqué l'APTN, ne tiennent pas suffisamment compte des besoins des producteurs autochtones. Par exemple, si un film doit être présenté à un public national, des versions anglaise et française sont exigées; toutefois, l'enveloppe pour les productions autochtones exige que les émissions soient tournées en langues autochtones. Ceci force l'APTN à faire des versions multiples — à grands frais — simplement pour être admissible au financement. Comme M. Gary Farmer a indiqué au Comité à Halifax :

> Vous commencez par passer 150 ans à nous enlever notre langue, et maintenant que nous parlons tous l'anglais et le français, vous ne nous laissez plus travaillezrdans ces langues. Il nous faut [à présent] travailler dans nos langues ancestrales pour pouvoir accéder à des fonds[6]

Par conséquent, l'APTN aimerait que les enveloppes autochtones comprennent les productions en anglais et en français. L'APTN aimerait que 1,5 million de dollars additionnels soient accordés à la production en français et 6 millions de dollars, à la production en anglais afin de lui permettre de respecter les conditions de sa licence.

Le chapitre 10 contient des recommandations précises sur les coûts de remplacement des immobilisations ainsi que sur les programmes de financement et de formation à l'intention des radiodiffuseurs autochtones et du Nord qui pourraient, selon le Comité, contribuer à corriger de nombreux problèmes soulevés par l'APTN. Cela étant dit, le Comité reconnaît également que l'APTN doit relever des défis particuliers en tant que réseau de télévision autochtone du Canada. C'est pourquoi il formule les recommandations ci-après.

RECOMMANDATION 7.1 :

Le Comité recommande que le ministère du Patrimoine canadien prenne immédiatement les mesures qui s'imposent pour donner suite aux recommandations du Rapport McGregor sur les besoins des radiodiffuseurs autochtones et du Nord.

RECOMMANDATION 7.2 :

Le Comité recommande que les règles s'appliquant au Fonds canadien de télévision et à Téléfilm Canada soient modifiées, en consultation avec l'APTN et d'autres intervenants autochtones et du Nord, de manière à mieux répondre aux besoins de la production et de la télédiffusion d'émissions autochtones et à améliorer la situation dans ces secteurs.

RECOMMANDATION 7.3 :

Le Comité recommande que le gouvernement élabore une stratégie de soutien pour faire en sorte que les émissions autochtones de l'APTN destinées à des auditoires nationaux puissent être doublées en anglais ou en français, au besoin.

La Chaîne d'affaires publiques par câble

Le Canada est devenu en 1977 le premier pays à téléviser ses débats politiques en direct. De 1979 à 1991, la SRC assumait la responsabilité de la diffusion des délibérations de la Chambre des communes.

En 1991, la SRC a annoncé qu'elle cesserait de financer le service de la Chambre des communes pour des raisons financières, mais la Chambre a autorisé par la suite le paiement permettant de poursuivre la distribution du satellite au câble de ses délibérations. Peu après, un consortium de compagnies de câblodistribution a pris en charge l'exploitation du service conformément à une entente intervenue avec le Président de la Chambre des communes[1].

En 1993, la Chaîne d'affaires publiques par câble (CPAC) a obtenu une licence expérimentale d'un an pour couvrir les délibérations de la Chambre des communes et la programmation d'affaires publiques. Deux ans plus tard, la Commission a renouvelé la licence de la CPAC pour une période de sept ans. En mai 2002, le service a présenté au Conseil une proposition de renouvellement pour une autre période de sept ans.

Située à Ottawa, la CPAC est le seul service bilingue, national, distribué du satellite au câble, sans publicité et sans but lucratif. Elle appartient principalement à trois des plus grands distributeurs du Canada : Rogers Cable Inc. (42,6 %), Shaw Cablesystems (25,8 %) et Vidéotron ltée

L'APTN a également souligné les problèmes que soulève le financement provenant des principaux organismes, notamment Téléfilm Canada et le FCT. Les règles du FCT, a expliqué l'APTN, ne tiennent pas suffisamment compte des besoins des producteurs autochtones. Par exemple, si un film doit être présenté à un public national, des versions anglaise et française sont exigées; toutefois, l'enveloppe pour les productions autochtones exige que les émissions soient tournées en langues autochtones. Cela force l'APTN à faire des versions multiples — à grands frais — simplement pour être admissible au financement. Comme M. Gary Farmer a indiqué au Comité à Halifax :

> Vous commencez par passer 150 ans à nous enlever notre langue, et maintenant que nous parlons tous l'anglais et le français, vous ne nous laissez plus travailler dans ces langues. Il nous faut, à présent, travailler dans nos langues ancestrales pour pouvoir accéder à des fonds.

Par conséquent, l'APTN aimerait que les enveloppes autochtones comprennent les productions en anglais et en français. L'APTN aimerait que 1,5 million de dollars additionnels soient accordés à la production en français et 6 millions de dollars à la production en anglais afin de lui permettre de respecter les conditions de sa licence.

Le chapitre 10 contient des recommandations précises sur les coûts de remplacement des immobilisations ainsi que sur les programmes de financement et de formation à l'intention des radiodiffuseurs autochtones et du Nord qui pourraient, selon le Comité, contribuer à corriger de nombreux problèmes soulevés par l'APTN. Cela étant dit, le Comité reconnaît également que l'APTN doit relever des défis particuliers en tant que réseau de télévision autochtone du Canada. C'est pourquoi il formule les recommandations ci-après.

RECOMMANDATION 7.1 :

Le Comité recommande que le ministère du Patrimoine canadien prenne immédiatement les mesures qui s'imposent pour donner suite aux recommandations du Rapport McGregor sur les besoins des radiodiffuseurs autochtones et du Nord.

RECOMMANDATION 7.2 :

Le Comité recommande que les règles s'appliquant au Fonds canadien de télévision et à Téléfilm Canada soient modifiées, en consultation avec l'APTN et d'autres intervenants autochtones et du Nord, de manière à mieux répondre aux besoins de la production et de la télédiffusion d'émissions autochtones et à améliorer la situation dans ces secteurs.

RECOMMANDATION 7.3 :

Le Comité recommande que le gouvernement élabore une stratégie de soutien pour faire en sorte que les émissions autochtones de l'APTN destinées à des auditoires nationaux puissent être doublées en anglais ou en français, au besoin.

La Chaîne d'affaires publiques par câble

Le Canada est devenu en 1977 le premier pays à téléviser ses débats politiques en direct. De 1979 à 1991, la SRC assumait la responsabilité de la diffusion des délibérations de la Chambre des communes.

En 1991, la SRC a annoncé qu'elle cesserait de financer le service de la Chambre des communes pour des raisons financières, mais la Chambre a autorisé par la suite le paiement permettant de poursuivre la distribution du satellite au câble de ses délibérations. Peu après, un consortium de compagnies de câblodistribution a pris en charge l'exploitation du service conformément à une entente intervenue avec le Président de la Chambre des communes.

En 1993, la Chaîne d'affaires publiques par câble (CPAC) a obtenu une licence expérimentale d'un an pour couvrir les délibérations de la Chambre des communes et la programmation d'affaires publiques. Deux ans plus tard, la Commission a renouvelé la licence de la CPAC pour une période de sept ans. En mai 2002, le service a présenté au Conseil une proposition de renouvellement pour une autre période de sept ans.

Située à Ottawa, la CPAC est le seul service bilingue, national, distribué du satellite au câble, sans publicité et sans but lucratif. Elle appartient principalement à trois des plus grands distributeurs du Canada – Rogers Cable Inc. (42,6 %), Shaw Cablesystems (25,8 %) et Vidéotron ltée

(21,7 %)[12]. Plus de 80 câblodistributeurs canadiens financent les activités de la CPAC (6,7 millions de dollars en 2001-2002) et distribuent le service gratuitement à environ 8,6 millions de ménages. La Chaîne ne reçoit aucune aide financière du gouvernement et n'est affiliée à aucun ministère ou organisme fédéral.

Chaque semaine, environ 1,6 million de Canadiens écoutent les émissions d'affaires publiques et politiques présentées par la CPAC. La programmation de la Chambre des communes, du Sénat (débats et comités) et de la Cour suprême est donnée gratuitement à la CPAC. En juillet 2002, les débats de la Chambre des communes et du Sénat occupaient 62,5 % de sa grille-horaire, les affaires publiques, 33,9 %, et les émissions étrangères, 3,6 %. En plus de sa programmation parlementaire, la Chaîne produit également une émission d'affaires publiques diffusée tous les soirs, *L'Heure politique*, et un forum de discussion politique interactif intitulé *Parlons politique*.

Au cours de l'exercice 2001-2002, la CPAC a tenu 155 événements publics à l'échelle du pays. Grâce à un effectif à plein temps de 40 personnes à Ottawa et à une réserve de pigistes qui travaillent dans chaque grande ville du Canada, la programmation de la Chambre des communes est disponible en trois versions : anglaise, française et originale[13].

La présidente de la CPAC, Mme Collette Watson a décrit ainsi le mandat et le rôle du service :

> La CPAC joue un rôle déterminant au sein du système de radiodiffusion canadien en offrant une tribune pour la diversité des voix. La mission de la CPAC est de créer une destination télévisuelle où les Canadiens peuvent se renseigner au sujet d'initiatives d'intérêt public et se forger leur propre opinion, sans être orientés dans leur réflexion par l'avis d'une entité d'affaires ou gouvernementale. Aujourd'hui plus que jamais, à une époque où la convergence réduit le nombre de voix éditoriales au Canada, la CPAC joue un rôle important en offrant une tribune pour des débats d'intérêt public et en assurant la diversité des voix et des points de vue au sein du système de radiodiffusion[14].

La plupart des émissions de la CPAC aux heures de grande écoute sont traduites en français. En mai 2002, la CPAC a proposé de diffuser quotidiennement une nouvelle émission d'affaires publiques en français et de consacrer 20 % de ses longues émissions aux conférences et aux

enquêtes dont la langue d'origine est le français. Elle s'est également engagée à appliquer 25 % des droits de licence visant les documentaires à des documentaires originaux en français[15].

Le Comité signale que, dans un rapport déposé en février 2003, le Comité permanent des langues officielles examine les raisons pour lesquelles la CPAC n'est pas toujours distribuée dans les deux langues officielles ou, dans certains contextes, ne peut l'être dans la langue officielle de l'abonné. À ce propos, le Comité permanent des langues officielles a fait remarquer :

> [...] qu'un pourcentage des abonnés des EDR doivent payer un tarif mensuel pour un signal qu'ils ne peuvent pas obtenir dans la langue officielle de leur choix, et qu'il est possible techniquement de leur offrir[16].

Pour cette raison, il a conclu que « le gouverneur en conseil, en vertu des pouvoirs qui lui sont attribués par la *Loi sur la radiodiffusion*, [devrait] corriger cette fâcheuse situation[17] ».

Le Comité permanent du patrimoine canadien est d'accord avec cette conclusion. En conséquence, il répète ci-après les recommandations du Comité permanent des langues officielles.

RECOMMANDATION 7.4 :

Le Comité recommande au gouverneur en conseil d'ordonner par décret au CRTC qu'il impose à l'ensemble des entreprises de distribution de radiodiffusion, sans exception, l'obligation de distribuer à tous leurs abonnés les signaux vidéo et audio des débats parlementaires via la CPAC dans les deux langues officielles.

RECOMMANDATION 7.5 :

Le Comité recommande que le service de la CPAC distribué dans le cadre du service de base du câble soit protégé contre le déplacement en faveur d'émissions vidéo en circuit fermé, et que le *Règlement sur la distribution de radiodiffusion* soit modifié en ce sens si nécessaire.

enquêtes dont la langue d'origine est le français. Elle s'est également engagée à appliquer 25 % des droits de licence visant les documentaires à des documentaires originaux en français.

Le Comité signale que, dans un rapport déposé en février 2003, le Comité permanent des langues officielles examine les raisons pour lesquelles la CPAC n'est pas toujours distribuée dans les deux langues officielles ou, dans certains contextes, ne peut l'être dans la langue officielle de l'abonné. À ce propos, le Comité permanent des langues officielles a fait remarquer :

> « qu'un pourcentage des abonnés des EDR doivent payer un tarif mensuel pour un signal qu'ils ne peuvent pas obtenir dans la langue officielle de leur choix, et qu'il est possible techniquement de leur offrir ».

Pour cette raison, il a conclu que « le gouverneur en conseil, en vertu des pouvoirs qui lui sont attribués par la *Loi sur la radiodiffusion*, [devrait] corriger cette fâcheuse situation ».

Le Comité permanent du patrimoine canadien est d'accord avec cette conclusion. En conséquence, il répète ci-après les recommandations du Comité permanent des langues officielles.

RECOMMANDATION 7.4 :

Le Comité recommande au gouverneur en conseil d'ordonner par décret au CRTC qu'il impose à l'ensemble des entreprises de distribution de radiodiffusion, sans exception, l'obligation de distribuer à tous leurs abonnés les signaux vidéo et audio des débats parlementaires via la CPAC dans les deux langues officielles.

RECOMMANDATION 7.5 :

Le Comité recommande que le service de la CPAC distribué dans le cadre du service de base du câble soit protégé contre le déplacement en faveur d'émissions vidéo en circuit fermé, et que le *Règlement sur la distribution de radiodiffusion* soit modifié en ce sens si nécessaire.

VisionTV

VisionTV est un service spécialisé sans but lucratif qui est le seul radiodiffuseur multiculturel et multiconfessionnel du monde. Le CRTC s'attend à ce que ce service soit « un nouveau service de programmation réseau largement représentatif et destiné à servir les diverses pratiques et croyances religieuses des Canadiens [...] sur une base interconfessionnelle au palier national[9] ».

VisionTV a reçu sa première licence en 1987. Cette chaîne est maintenant offerte avec le service de base par câble ou par satellite à plus de 8 millions de ménages. Le réseau est financé principalement par les recettes provenant des annonces publicitaires et des abonnements et le CRTC l'autorise à percevoir 8 cents par abonné par mois. En 2001, les recettes de Vision s'élevaient à environ 15 millions de dollars.

Vision offre deux types d'émissions : « cornerstone » et « mosaïque ». La programmation « cornerstone » est produite ou achetée par le réseau et occupe environ la moitié de sa grille (48 %). Elle comprend des émissions étrangères achetées ainsi que des productions internes. La programmation mosaïque s'entend du temps d'antenne acheté pour présenter des émissions produites par des groupes de diverses confessions, notamment des catholiques, des protestants, des musulmans, des baha'is, des sikhs et des hindous. Environ 75 groupes confessionnels différents achètent du temps d'antenne de VisionTV chaque année. Beaucoup des émissions ainsi diffusées répondent aux besoins d'auditoires qu'aucun autre radiodiffuseur ne dessert.

Le point le plus important qu'a soulevé Vision durant son témoignage devant le Comité a été sa proposition de création d'un « volet de base » (ou « espace vert ») obligatoire assurant la distribution par câble ou par satellite des principaux réseaux canadiens, plus particulièrement les radiodiffuseurs publics et sans but lucratif. Cette question est traitée plus loin dans le présent chapitre.

Un autre point qu'a soulevé Vision concerne les coûts élevés d'observation de la réglementation en ce qui a trait au renouvellement des licences par le CRTC et le fardeau financier qui en résulte. Cette question se rattachant aux pratiques de réglementation du CRTC, elle sera traitée au chapitre 19.

B. Services internationaux

Le Canada compte deux radiodiffuseurs publics internationaux : Radio Canada International, un service de radio à ondes courtes subventionné par l'administration fédérale; et TV5, un service de télévision de langue française subventionné par l'administration fédérale (et celle du Québec).

Radio Canada International

Radio Canada International (RCI) est la voix du Canada dans le monde, au-delà de nos frontières. RCI est la version canadienne de BBC World Service, Voice of America et Deutche Welle (Allemagne). RCI est devenu le service international de la SRC la journée de Noël 1944 et son exploitation est devenue officielle en février 1945 pour permettre à nos soldats de se tenir au courant de ce qui se passait dans leur pays et pour offrir aux auditeurs internationaux une source de nouvelles non censurée. Le service a été renommé Radio Canada International en 1972.

Même si la SRC abrite les installations de RCI, celui-ci est subventionné selon les modalités d'une entente de contribution conclue avec le gouvernement du Canada. En 2001, l'ensemble de ses fonds d'exploitation et d'immobilisations s'élevaient à 20,5 millions de dollars. RCI dispense un service à contenu entièrement canadien en sept langues : français, anglais, espagnol, mandarin, arabe, russe et ukrainien. Les émissions sont disponibles par radio à ondes courtes, Internet et satellite et elles sont diffusées par un réseau de stations AM et FM partenaires partout dans le monde.

Dans le passé, des compressions réelles ou envisagées au budget de RCI ont immédiatement provoqué l'organisation de campagnes publiques largement médiatisées visant à protéger le service et la place qu'il occupe au sein du système canadien de radiodiffusion. Depuis 1991, l'obligation de la SRC à l'égard du service est précisée au paragraphe 46(2) de la *Loi sur la radiodiffusion* :

> La Société fournit, dans le cadre des licences qui lui sont attribuées par le Conseil et sous réserve des règlements de celui-ci, un service international, et ce conformément aux instructions que le gouverneur en conseil peut donner.

Deux groupes, le Comité d'action de RCI et le Canadian International DX Club, ont présenté des mémoires passionnés au Comité. Le Comité

d'action de RCI a déclaré au Comité que le soutien gouvernemental à l'égard du service international :

> ... doit être plus que l'énoncé général « offrir un service international ». La *Loi sur la radiodiffusion* doit préciser le mandat de RCI qui consiste à « attirer un auditoire international » et établir une « sensibilisation internationale à l'égard du Canada » [politique n° 14 de la SRC]. Elle doit exiger expressément que RCI prépare une programmation dans les deux langues officielles, l'anglais et le français. Il doit y avoir des lignes directrices dans la loi qui assurent que la plupart des régions du monde sont desservies et que RCI est diffusé dans les principales langues étrangères et d'autres langues jugées importantes et utiles. Sans énumérer nécessairement chaque langue et chaque région, ces directives devraient avoir suffisamment de poids pour que seul le Parlement ait le pouvoir de changer le mandat de RCI. Actuellement, la CBC pourrait très bien couper les services de façon marquée, même si les fonds de RCI proviennent du ministère du Patrimoine canadien[19].

Plusieurs études récentes en sont arrivées à des recommandations semblables[20]. Par exemple, une étude récente d'un comité sénatorial a recommandé :

> ... que le gouvernement demande à la Société Radio-Canada de réexaminer, de concert avec le ministère des Affaires étrangères et du Commerce international du Canada, le mandat de son service international de radiodiffusion afin de le préciser et de le renforcer. Dans le cadre de cet examen, on envisagerait d'obliger Radio Canada International à réaliser des émissions en anglais et en français pour diffusion dans toutes les régions autorisées du globe, en donnant priorité aux régions qui couvrent des pays comme le Japon, l'Allemagne et la Chine[21].

Le Comité d'action de RCI a fait remarquer en outre que :

> ... en juin de cette année [2001], les bulletins de nouvelles produits par RCI en sept langues étaient éliminés les fins de semaine. Les émissions en direct étaient également éliminées les fins de semaine. Les émissions du matin en anglais et en français diffusées en Afrique, au Moyen-Orient et en Europe ont été éliminées, de même que la radiodiffusion en soirée en Inde. Des émissions d'une heure en Russie et en Ukraine ont été ramenées à une demi-heure[22].

Des réductions de service semblables sont survenues en 1991, lorsque les services en tchèque, en allemand, en hongrois, en japonais, en polonais, en portugais (Brésil) et en slovaque ont été supprimés et que les services en français et en anglais ont été réduits. Ces compressions ont fait disparaître 85 % des émissions à l'horaire, obligeant RCI à les remplacer par du matériel de la SRC. Il n'est donc pas surprenant que l'auditoire ait diminué pour passer d'environ 10 millions d'auditeurs par semaine en 1989 à 5 millions en 1991.

Le Comité considère Radio Canada International comme étant un service international essentiel qui permet de faire connaître des points de vue canadiens dans le monde. Il est d'accord avec la recommandation du Comité sénatorial.

RECOMMANDATION 7.6 :

Le Comité recommande que le ministère compétent examine le mandat de Radio Canada International dans le but de déterminer les ressources nécessaires pour renforcer ses services.

TV5

Grâce aux efforts concertés et au soutien financier de cinq gouvernements (France, Suisse, Belgique, Québec et Canada), le réseau de télévision international de langue française TV5 a connu une croissance remarquable depuis son lancement en 1984. Il couvre presque la totalité de la planète et joint 65 millions de ménages par câblodistribution et par satellite. Il est reconnu comme un des réseaux satellitaires les plus avancés du monde et est considéré par bien des gens comme la plus grande réalisation de collaboration de la communauté francophone internationale[21].

Les régions desservies par TV5 sont : Québec-Canada, Afrique, Amérique latine, Asie, États-Unis, Europe (France/Belgique/Suisse; non francophone) et le Moyen-Orient. Au Canada, TV5 Québec-Canada est titulaire d'une licence de société sans but lucratif. Bien que la majorité des émissions proviennent de France, de Belgique, de Suisse et de certaines régions de l'Afrique francophone, TV5 est exploité au Canada avec une licence canadienne et 15 % de son contenu doit être canadien.

Des réductions de service semblables sont survenues en 1991, lorsque les services en tchèque, en allemand, en hongrois, en japonais, en polonais, en portugais (Brésil) et en slovaque ont été supprimés et que les services en français et en anglais ont été réduits. Ces compressions ont fait disparaître 85 % des émissions à l'horaire, obligeant RCI à les remplacer par du matériel de la SRC. Il n'est donc pas surprenant que l'auditoire ait diminué pour passer d'environ 10 millions d'auditeurs par semaine en 1989 à 5 millions en 1991.

Le Comité considère Radio Canada International comme étant un service international essentiel qui permet de faire connaître des points de vue canadiens dans le monde. Il est d'accord avec la recommandation du Comité sénatorial.

RECOMMANDATION 7.6 :

Le Comité recommande que le ministère compétent examine le mandat de Radio Canada International dans le but de déterminer les ressources nécessaires pour renforcer ses services.

TV5

Grâce aux efforts concertés et au soutien financier de cinq gouvernements (France, Suisse, Belgique, Québec et Canada), le réseau de télévision international de langue française TV5 a connu une croissance remarquable depuis son lancement en 1984. Il couvre presque la totalité de la planète et joint 65 millions de ménages par câblodistribution et par satellite. Il est reconnu comme un des réseaux satellitaires les plus avancés du monde et est considéré par bien des gens comme la plus grande réalisation de collaboration de la communauté francophone internationale.

Les régions desservies par TV5 sont : Québec-Canada, Afrique, Amérique latine, Asie, États-Unis, Europe (France, Belgique, Suisse, non francophone) et le Moyen-Orient. Au Canada, TV5 Québec-Canada est titulaire d'une licence de société sans but lucratif. Bien que la majorité des émissions proviennent de France, de Belgique, de Suisse et de certaines régions de l'Afrique francophone, TV5 est exploité au Canada avec une licence canadienne et 15 % de son contenu doit être canadien.

Le réseau, qui fonctionne au Canada depuis septembre 1988, disposait d'un budget global de 65 millions de dollars en 1996. Deux grandes sociétés gèrent TV5 : TV5 Europe à Paris et TV5 Québec-Canada à Montréal. En 1996, la contribution totale du Canada à TV5 s'élevait à 13,2 millions de dollars et était composée de fonds du gouvernement du Canada (3,8 millions de dollars), du gouvernement du Québec (2,4 millions de dollars) et de recettes de câblodistribution (7 millions de dollars).

Bref, TV5 est un radiodiffuseur public vraiment unique. Il présente aux Canadiens des émissions de grande qualité au moyen d'une tribune qui permet de diffuser les valeurs canadiennes à l'échelle nationale et internationale.

C. Radiodiffuseurs éducatifs provinciaux

L'éducation est une responsabilité provinciale en vertu de l'*Acte de l'Amérique du Nord britannique* de 1867, mais l'intérêt du gouvernement fédéral à l'égard de la télévision éducative s'est manifesté en 1967, année où le gouvernement du premier ministre Pearson a proposé la création d'une agence nationale de télévision éducative, l'Agence canadienne de téléenseignement (ACT)[24]. Toutefois, à la suite de l'opposition des provinces, un projet de loi qui aurait créé l'agence a été retiré quelques mois à peine après sa présentation.

Après de longues négociations, les gouvernements fédéral et provinciaux ont convenu en 1970 des modalités du téléenseignement au Canada. Le décret 1970-496 a établi ce qui suit :

> Lorsque, dans le cadre de sa compétence, le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes stipule, en vertu d'instructions du gouverneur en conseil, qu'au moins un canal d'une entreprise de transmission par câble soit réservé à l'usage d'une autorité provinciale en vue de la radiodiffusion éducative ou, lorsque la Société Radio-Canada agit en qualité d'agent de Sa Majesté du chef du Canada aux fins d'assurer à une autorité provinciale l'usage d'un moyen de transmission en vue de la radiodiffusion éducative [...][25]

Conformément à cette entente, les autorités éducatives provinciales de l'Ontario et du Québec n'ont pas tardé à offrir une télévision éducative.

En 1986, le Groupe de travail sur la politique de la radiodiffusion a indiqué qu'il n'était pas approprié pour les autorités fédérales de définir le sens et la portée de la radiodiffusion éducative, puisque le contenu éducatif relève clairement de la compétence provinciale[24]. Le Groupe de travail a donc exprimé le point de vue selon lequel les radiodiffuseurs éducatifs dans les provinces avaient une contribution importante à faire dans le système de radiodiffusion canadien au-delà de leurs frontières[25]. En outre, puisque les enfants canadiens anglophones et francophones ne sont pas servis adéquatement par notre système de radiodiffusion, le Groupe de travail a recommandé que les radiodiffuseurs éducatifs soient invités à participer à TV Canada, un radiodiffuseur public du satellite au câble[26].

Bien que le gouvernement du premier ministre Brian Mulroney n'ait jamais donné suite à la création de TV Canada deux mentions relatives à la programmation éducative ont été incluses dans la *Loi sur la radiodiffusion* de 1991 :

> [...] la programmation offerte par le système canadien de radiodiffusion devrait à la fois [...] renfermer des émissions éducatives et communautaires.

> [...] la programmation éducative, notamment celle qui est fournie au moyen d'installations d'un organisme éducatif indépendant, fait partie intégrante du système canadien de radiodiffusion.

Aujourd'hui, le Canada compte cinq radiodiffuseurs éducatifs provinciaux : Knowledge Network (Colombie-Britannique), Access (Alberta), Saskatchewan Communications Network, TVOntario/TFO et Télé-Québec[27]. La partie ci-après donne des renseignements de base sur ces services, au besoin, les préoccupations et les commentaires des témoins sont inclus.

Knowledge Network

Le radiodiffuseur éducatif provincial de la Colombie-Britannique — Knowledge Network — a vu le jour en janvier 1981. Il est offert à tous les ménages de la Colombie-Britannique et compte en moyenne un million de téléspectateurs chaque semaine[28]. Le réseau diffuse un ensemble d'émissions éducatives s'adressant à des téléspectateurs de tous âges, y compris des émissions d'enseignement d'intérêt général diffusées dans des langues autres que l'anglais.

Knowledge Network est une succursale de l'Open Learning Agency, qui offre des ressources éducatives et des services de formation, d'orientation professionnelle et de téléenseignement aux jeunes et aux apprenants adultes. Certains de ces cours conjuguent des ressources imprimées traditionnelles avec des technologies télévisées et d'autres médias comme l'assistance informatique et téléphonique offerte aux élèves[11].

Le réseau est déterminé à offrir une télévision abordable de qualité et d'autres produits et services médiatiques numériques pour le perfectionnement pédagogique et culturel des Britanno-Colombiens. À cette fin, il offre une gamme complète d'émissions de télévision de qualité, sans publicité, et met son savoir-faire au service des gens en direct notamment par la télédiffusion sur le Web, la production de contenu et l'assemblage de services Internet[12].

Lorsque Knowledge Network a comparu devant le Comité, son directeur général, M. Wayne Robert, a indiqué ce qui suit :

> Knowledge Network procède au préachat des droits d'émissions canadiennes depuis dix ans. L'approvisionnement et la demande ont changé de façon incroyable. [...] Ainsi, même si ces fonds continuent de favoriser les télédiffuseurs traditionnels et spécialisés dans le développement de leur industrie, le montant des fonds attribués pour des émissions d'intérêt public diminue[13].

Dans ce contexte, Knowledge Network a recommandé ce qui suit :

> [Il faut] investir dans des productions qui ne correspondent pas nécessairement aux mandats commerciaux ou qui ne répondent pas aux seuls besoins d'importants auditoires nationaux. Parmi les idées les plus attrayantes, on pourrait noter la création ou la nouvelle répartition de fonds pour des productions régionales précises. Ou encore des frais d'abonnement pour les télédiffuseurs provinciaux tenant compte de leur rôle de télédiffuseur régional[14].

Access Television

Access Television est le radiodiffuseur éducatif de l'Alberta; il était, jusqu'en 1994, sans but lucratif. Il est exploité par son propriétaire Learning and Skills Television of Alberta Ltd. (LTA), une société privée à but lucratif contrôlée par CHUM Limited (60 %). Access a reçu sa licence initiale en 1974 pour produire des émissions d'éducation à l'intention des

stations de télévision de l'Alberta. Au départ, Access était financé à même les fonds publics et était administré par un conseil d'administration nommé par le lieutenant-gouverneur en conseil au nom des ministères provinciaux de l'éducation et de l'enseignement postsecondaire.

En 1994, le financement provincial d'Access Television a été retiré. Un an plus tard, le CRTC a approuvé l'acquisition par LTA des actifs d'Access et octroyé à la station une licence de radiodiffusion éducative. Dans ce processus, LTA est devenu la seule entreprise privée à but lucratif du Canada autorisée par licence à titre de radiodiffuseur éducatif provincial[15].

Access Television tire maintenant ses fonds principalement de la vente de publicité et de la commandite d'émissions. En outre, les ministères provinciaux de l'éducation et de l'enseignement postsecondaire achètent du temps d'antenne d'Access pour diffuser des émissions d'éducation et d'enseignement.

Access diffuse 24 heures sur 24 et il est offert à tous les résidents de l'Alberta. La programmation de jour s'adresse aux enfants d'âge préscolaire et d'âge scolaire et comprend des émissions qui complètent le programme d'enseignement de la province. La grille aux heures de grande écoute comprend des émissions liées aux cours offerts par les établissements d'enseignement postsecondaire de la province. Access diffuse également des émissions d'éducation d'intérêt général.

Au cours de ses réunions à Edmonton, le Comité n'a pas entendu de préoccupations de la part de témoins relativement au partenariat privé-public particulier qu'Access a établi avec le gouvernement de l'Alberta. Toutefois, à Vancouver, la Community Media Education Society a fait remarquer ce qui suit au Comité :

> On craint que Knowledge Network, le canal éducatif de la Colombie-Britannique, subisse une prise de contrôle privée. C'est ce qui est arrivé à ACCESS, en Alberta. Il est difficile d'éduquer le public selon les principes moraux du secteur privé. Bien souvent, il y a des coûts sociaux qui se présentent plus tard[16].

Toutefois, Mme Jill Bonenfant, directrice de Learning and Skills Television of Alberta, a déclaré ce qui suit au Comité, à Edmonton, sur le partenariat privé-public :

> Ce fut un succès. ... Je dois souligner l'incroyable partenariat et esprit de collaboration qui existent entre ACCESS et le ministère de l'Éducation et les diverses institutions de l'Alberta. Depuis le retour à l'entreprise privée, nous avons énormément accompli. Le facteur clé de la réussite d'ACCESS réside justement dans ce partenariat — un partenariat avec le gouvernement entre le secteur privé et le secteur public[57].

Saskatchewan Communications Network

Le Saskatchewan Communications Network (SCN) a reçu sa licence de radiodiffusion éducative en 1991. Le réseau distribue diverses émissions éducatives, informatives et culturelles qui sont offertes à tous les résidents de la province par câble, par télédistribution sans fil et par radiodiffusion directe. D'après son rapport annuel de 1999-2000, le réseau de radiodiffusion SCN pourrait compter 700 000 téléspectateurs[58].

Le SCN comprend un réseau de radiodiffusion et un réseau de formation. Le réseau de radiodiffusion compte deux courants d'émissions éducatives : le premier vise les enfants qui fréquentent l'école primaire et secondaire, tandis que le deuxième s'adresse aux apprenants adultes. La majeure partie de sa programmation est présentée en anglais, mais un nombre limité d'émissions sont produites en langue métis.

Par l'intermédiaire de son réseau de formation, le SCN travaille de concert avec des établissements postsecondaires de la Saskatchewan afin d'offrir des services d'éducation à distance à plus de 150 collectivités à l'aide de services satellitaires vidéo unidirectionnels et audio bidirectionnels. Des cours en cri et en français sont également offerts. En tout, le réseau dispense 5 000 heures de soutien complémentaire au programme scolaire et de programmation informative par l'intermédiaire de son réseau de radiodiffusion, et 3 000 heures de cours secondaires et postsecondaires crédités, télévisés par l'intermédiaire de son réseau de formation chaque année.

Lors de son témoignage devant le Comité, le représentant du SCN a fait remarquer que :

> Selon la *Loi sur la radiodiffusion*, le système canadien de radiodiffusion a l'obligation de fournir des services complémentaires de programmation télévisée, au besoin, pour assurer que la gamme complète de programmation proposée est disponible dans l'ensemble du système. Dans les provinces et régions qui,

> présentement, ne sont pas desservies par un service provincial ou complémentaire de programmes régionaux, la combinaison des frais de branchement et d'un fonds régional pourrait aider à créer un environnement qui encouragerait la création d'un tel service[39].

Ainsi, selon le SCN, les radiodiffuseurs régionaux pourraient profiter des droits d'abonnement et d'un nouveau fonds de production qui vise les émissions d'information propres à une région. À titre de président-directeur général du SCN, M. David Debono a expliqué ce qui suit :

> Le fonds doit pouvoir assurer que les régions qui en ont le plus besoin, qui ont la plus faible densité de la population et le plus de frais d'exploitation y aient prioritairement accès. Le fonds doit également être conçu pour aider à satisfaire les besoins en programmation d'intérêt général et pas seulement devenir un moyen de subventionner les frais engendrés par la concession locale d'un radiodiffuseur national[40].

TVOntario/TFO

L'Office de la télécommunication éducative de l'Ontario, TVOntario a vu le jour en 1970. Son service de langue anglaise, TVO, est offert à 98,5 % des ménages de l'Ontario, tandis que son service en français, TFO (qui a été lancé en 1987), est fourni à environ 77 % des ménages de l'Ontario[41].

TVO a pour mandat de mettre sur pied, d'acquérir, de produire, de distribuer, de présenter ou de traiter autrement des émissions et du matériel dans les domaines des communications et de la radiodiffusion éducative. Il cherche également à faciliter l'acquisition continue du savoir au moyen de toutes les technologies médiatiques disponibles. Environ 70 % des grilles de radiodiffusion de TVO et de TFO sont consacrées à des émissions éducatives; il y a notamment des salles de cours virtuelles qui offrent une interaction virtuelle en temps réel, y compris des reportages sur les événements, des entrevues spécialisées, ainsi que l'éducation à distance et des ressources pédagogiques pour les enseignants.

TVOntario est une entreprise qui a fait ses preuves, ayant remporté plus de 850 prix pour ses émissions depuis son lancement. En 2000-2001, il a accumulé des recettes totales de 66 millions de dollars, y compris une subvention provinciale de 50,2 millions de dollars. À l'aide de ces ressources, plus de 1 500 heures de programmation interne ont été

produites par les réseaux de langue anglaise et de langue française en 2000-2001.

Le service de langue française de TVOntario a la particularité d'être le seul réseau éducatif provincial autorisé à recueillir des droits d'abonnement pour dispenser ses services de programmation aux autres provinces, notamment le Nouveau-Brunswick et le Québec. Toutefois, tous les ménages du Québec ne peuvent pas recevoir TFO. Comme l'a indiqué la directrice générale de TFO, Mme Claudette Paquin, au Comité :

> Même si TFO est présentement accessible à près d'un million de Québécois, il faut reconnaître que la majorité de ce marché nous échappe toujours, confirmant ainsi l'anomalie de la position où nous nous trouvons dans le paysage télévisuel canadien. En effet, TFO est la seule chaîne de langue française issue du milieu minoritaire francophone canadien et la seule chaîne de langue française à ne pas jouir à ce jour d'un statut de distribution dans le marché francophone majoritaire[42].

En 2000, le CRTC a rejeté une demande de TVOntario, qui proposait la distribution obligatoire de TFO au Québec selon une formule de droit par ménage. Dans sa décision, le CRTC a indiqué « les téléspectateurs du Québec, qui reçoivent déjà le service éducatif de Télé-Québec, ne devraient pas avoir à débourser pour un second service éducatif provenant d'une autre province[43] ».

Bien sûr, TVOntario est d'un tout autre avis et a expliqué ce qui suit au Comité :

> Les règles du jeu ont changé, et une modification à la loi est essentielle pour établir ce qu'on appelle un *level playing field* pour TFO. Les forces du marché, laissées à elles seules, ne le feront pas, et l'affaiblissement graduel de TFO deviendra de ce fait un affaiblissement de la diversité des voix francophones en ce pays[44].

Plusieurs témoins partagent ce point de vue. Le sénateur Jean-Robert Gauthier par exemple croit que « le CRTC a été soumis à des intérêts commerciaux[45] ». Un autre organisme, Impératif français, a fait valoir sa position : « TFO, service de base gratuit à tous les abonnés[46] ».

Ajoutant encore à ce point de vue, la Commissaire aux langues officielles a indiqué au Comité que l'accès aux émissions éducatives devrait servir à promouvoir la dualité linguistique. Mme Dyane Adam a expliqué ce qui suit :

> L'un des moyens possibles serait de favoriser la diffusion pancanadienne, sans frais, des télévisions éducatives provinciales telles Télé-Québec et TFO en français, ainsi que TVO, Access, SCN et Knowledge Network en anglais. Ce changement important favoriserait, dès un jeune âge, des habitudes d'écoute d'émissions canadiennes dans les deux langues officielles et ce, dans tout le Canada[47].

Pour sa part, le radiodiffuseur éducatif du Québec, Télé-Québec, s'inquiétait davantage de la survie économique dans le contexte concurrentiel d'aujourd'hui. M. Mario Clément a indiqué au Comité à ce sujet :

> Quand on parle de TFO, c'est une télévision qui, essentiellement, fait de la jeunesse, du documentaire, de la culture et du magazine, ce qui est exactement le mandat de Télé-Québec. Donc, c'est pour cette raison qu'on se demande si, dans le marché actuel, on est obligé de mettre en concurrence des télévisions qui ont exactement le même rôle sur leur territoire[48].

Ainsi, Télé-Québec préférerait de loin « une approche davantage de coopération avec TFO sur notre capacité de créer des partenariats et des capacités de coproduction, plutôt que de jouer la concurrence sur le même marché[49] ».

Malgré la position de Télé-Québec[50] à cet égard, TVOntario a recommandé au Comité que la *Loi sur la radiodiffusion* soit modifiée pour comprendre le principe selon lequel « les chaînes issues des milieux francophones minoritaires doivent avoir accès au marché [francophone] majoritaire, c'est-à-dire le marché québécois, d'une façon qui facilite leur existence et leur développement dans ce marché[51] ».

Télé-Québec

Télé-Québec, connue sous le nom de Radio-Québec jusqu'en 1996, a commencé ses activités au début de 1968 en produisant des émissions éducatives de langue française pour des radiodiffuseurs comme Télémédia et la SRC. Quatre ans plus tard, le service a commencé à distribuer ses propres émissions aux téléspectateurs de Montréal et de Québec par câblodistribution. En 1975, Télé-Québec, de concert avec ses stations de télévision de Montréal et de Québec, a lancé son propre réseau de

télévision. En 1980, trois autres stations se sont greffées au réseau, soit à Hull, à Val-d'Or et à Rouyn-Noranda.

Télé-Québec tire plus des trois quarts (78,5 %) de ses recettes de la province de Québec. Les autres recettes proviennent des annonces publicitaires. En 2000-2001, ses recettes totales s'élevaient à 68,1 millions de dollars, dont 53,4 millions provenaient d'une subvention provinciale.

Avec le temps, le mandat de Télé-Québec s'est élargi pour comprendre la production et la distribution de matériel audiovisuel. Il a pour objectif :

> ... d'exploiter une entreprise de téléditfusion éducative et culturelle afin d'assurer, par tout mode de diffusion, l'accessibilité de ses produits au public. La Société peut, en outre, exploiter un service de production et de distribution de documents audiovisuels, multimédias et de téléditfusion, y compris leurs produits dérivés et document d'accompagnement[52].

En 2001-2002, Télé-Québec avait une part d'auditoire moyenne de 2,8 % au Québec[53]. Le réseau offrait une programmation dans quatre domaines : la jeunesse, l'éducation formelle, la culture et l'information (affaires publiques, histoire et société, sciences et nature et documentaires de longue durée). Le réseau a également présenté des émissions d'arts de la scène. En collaboration avec le ministère de l'Éducation de la province, le réseau maintient également à la disposition du public une collection de vidéos éducatives et de matériel multimédia.

Télé-Québec a indiqué au Comité qu'il « consacre 85 % de son budget de programmation à la production et à la diffusion d'émissions canadiennes, et 70 % de ce même budget va à la production faite par des entreprises privées[54] ». Les coproductions et les acquisitions représentent 91 % des émissions originales de Télé-Québec et 92 % de l'ensemble de sa grille d'émissions[55].

À part ses préoccupations relatives à la concurrence de TFO, Télé-Québec se souciait surtout d'obtenir « les droits pour la distribution de ses émissions dans les marchés de l'éducation et dans les marchés non commerciaux[56] ». Le réseau aimerait que les radiodiffuseurs éducatifs aient une copropriété des droits d'auteur (avec les producteurs indépendants) pour la distribution à l'étranger, puisque « cela pourrait donner lieu à des partenariats d'affaires stimulants[57] ».

Mesure proposée

Les témoins qui ont abordé la question de la programmation éducative ont cerné deux principaux problèmes à cet égard. Premièrement, la distribution de la programmation éducative est insuffisante et inégale au Canada. Deuxièmement, certaines régions n'ont tout simplement pas la population voulue ou les ressources nécessaires pour appuyer un radiodiffuseur éducatif. Le Comité est très préoccupé par la situation et il est convaincu qu'il faut améliorer la distribution de ces émissions, compte tenu qu'il est dans l'intérêt public d'y avoir accès. En conséquence :

RECOMMANDATION 7.7 :

Le Comité recommande que le CRTC autorise la distribution nationale de tous les radiodiffuseurs éducatifs provinciaux de langues française et anglaise.

D. Conclusion

Rôle des radiodiffuseurs sans but lucratif

Compte tenu de ce qui précède, le Comité reconnaît qu'il importe de trouver l'équilibre entre la radiodiffusion publique, la radiodiffusion sans but lucratif et la radiodiffusion axée sur le profit. En plus des radiodiffuseurs éducatifs et sans but lucratif décrits ci-dessus, il y a les nombreux services à but lucratif typiquement canadiens qui pourraient tout aussi facilement être inclus. Par exemple, Issues Channel, Bravo!, Showcase, Historia, The Discovery Channel, Canal Vie, History Television, Miracle Channel, Life Network, Women's Television et Canal Vrak sont toutes des chaînes qui s'efforcent d'informer, d'éduquer et de divertir. En fait, bon nombre de ces chaînes rediffusent des émissions de CBC et de Radio-Canada vendues sous licence.

De plus, certains services de programmation à but lucratif sont devenus très habiles pour présenter ce que l'on pourrait facilement décrire comme étant de la radiodiffusion publique. Par exemple, la chaîne multiculturelle CFMT de Toronto est remarquable pour le service public qu'elle offre[58]. Bien qu'elle puisse présenter des émissions populaires comme *The Simpsons* et *Frasier* pour interfinancer ses autres émissions, elle diffuse 60 % de ses émissions dans au moins quinze langues différentes à plus de dix-huit

Mesure proposée

Les témoins qui ont abordé la question de la programmation éducative ont cerné deux principaux problèmes à cet égard. Premièrement, la distribution de la programmation éducative est insuffisante et inégale au Canada. Deuxièmement, certaines régions n'ont tout simplement pas la population voulue ou les ressources nécessaires pour appuyer un radiodiffuseur éducatif. Le Comité est très préoccupé par la situation et il est convaincu qu'il faut améliorer la distribution de ces émissions, compte tenu qu'il est dans l'intérêt public d'y avoir accès. En conséquence :

RECOMMANDATION 7.7 :

Le Comité recommande que le CRTC autorise la distribution nationale de tous les radiodiffuseurs éducatifs provinciaux de langues française et anglaise.

D. Conclusion

Rôle des radiodiffuseurs sans but lucratif

Compte tenu de ce qui précède, le Comité reconnaît qu'il importe de trouver l'équilibre entre la radiodiffusion publique, la radiodiffusion sans but lucratif et la radiodiffusion axée sur le profit. En plus des radiodiffuseurs éducatifs et sans but lucratif décrits ci-dessus, il y a les nombreux services à but lucratif typiquement canadiens qui pourraient tout aussi facilement être inclus. Par exemple, Issues Channel, Bravo!, Showcase, Historia, The Discovery Channel, Canal Vie, History Television, Miracle Channel, Lite Network, Womens Television et Canal Vrak sont toutes des chaînes qui s'efforcent d'informer, d'éduquer et de divertir. En fait, bon nombre de ces chaînes rediffusent des émissions de CBC et de Radio-Canada vendues sous licence.

De plus, certains services de programmation à but lucratif sont devenus très habiles pour présenter ce que l'on pourrait facilement décrire comme étant de la radiodiffusion publique. Par exemple, la chaîne multiculturelle CFMT de Toronto est remarquable pour le service public qu'elle offre[37]. Bien qu'elle puisse présenter des émissions populaires comme *The Simpsons* et *Frasier* pour interfinancer ses autres émissions, elle diffuse 60 % de ses émissions dans au moins quinze langues différentes à plus de dix-huit

cultures différentes, y compris des bulletins de nouvelles en italien, en portugais et en cantonais.

Ainsi, si la radiodiffusion publique présentée dans l'intérêt public s'articule autour des termes informer, éduquer et divertir, il est clair que la *Loi sur la radiodiffusion* du Canada a contribué de façon efficace à appuyer un groupe impressionnant de radiodiffuseurs canadiens qui, d'une façon ou d'une autre, répondent à ces attentes.

Même si le Comité est conscient de cette réalité, il veut reconnaître la contribution spéciale des radiodiffuseurs sans but lucratif du Canada.

RECOMMANDATION 7.8

Le Comité recommande que la *Loi sur la radiodiffusion* soit modifiée de manière à reconnaître que les radiodiffuseurs publics sans but lucratif font partie intégrante du système canadien de radiodiffusion.

Attribution des canaux

À plusieurs reprises, les témoins ont soulevé la question de la distribution des émissions et des services de radiodiffusion publique. Dans la présente partie, nous nous penchons sur une proposition de VisionTV — la création d'un « volet de base » obligatoire visant la distribution des principaux réseaux canadiens — et plus particulièrement des radiodiffuseurs publics et sans but lucratif. Ce volet de base est souvent appelé « espace vert ».

Actuellement, le règlement du CRTC exige que les EDR distribuent des services précis dans leur bloc de base, mais il ne réglemente pas l'attribution des canaux. Cela signifie que les radiodiffuseurs exercent très peu de contrôle sur l'endroit où ils se situent dans la liste des services de l'EDR. LAPTN, dont un pourcentage des revenus provient de la publicité accordée en fonction de l'auditoire, a indiqué que le fait d'avoir un canal élevé a un effet défavorable sur les recettes et le nombre d'auditeurs. À cet égard, M. Ron Nadeau a expliqué ce qui suit :

> Dans un monde idéal, nous aimerions que tous les Canadiens, Autochtones ou non, puissent regarder nos émissions. L'un des problèmes que nous avons signalés a trait à la position du canal. Soixante-dix pour cent des télespectateurs non autochtones qui ont

cultures différentes, y compris des bulletins de nouvelles en italien, en portugais et en cantonais.

Ainsi, si la radiodiffusion publique présentée dans l'intérêt public s'articule autour des termes informer, éduquer et divertir, il est clair que la *Loi sur la radiodiffusion* du Canada a contribué de façon efficace à appuyer un groupe impressionnant de radiodiffuseurs canadiens qui, d'une façon ou d'une autre, répondent à ces attentes.

Même si le Comité est conscient de cette réalité, il veut reconnaître la contribution spéciale des radiodiffuseurs sans but lucratif du Canada.

RECOMMANDATION 7.8 :

Le Comité recommande que la *Loi sur la radiodiffusion* soit modifiée de manière à reconnaître que les radiodiffuseurs publics sans but lucratif font partie intégrante du système canadien de radiodiffusion.

Attribution des canaux

À plusieurs reprises, les témoins ont soulevé la question de la distribution des émissions et des services de radiodiffusion publique. Dans la présente partie, nous nous penchons sur une proposition de VisionTV — la création d'un « volet de base » obligatoire visant la distribution des principaux réseaux canadiens — et plus particulièrement des radiodiffuseurs publics et sans but lucratif. Ce volet de base est souvent appelé « espace vert ».

Actuellement, le règlement du CRTC exige que les EDR distribuent des services précis dans leur bloc de base, mais il ne réglemente pas l'attribution des canaux. Cela signifie que les radiodiffuseurs exercent très peu de contrôle sur l'endroit où ils se situent dans la liste des services de l'EDR. LAPTN, dont un pourcentage des revenus provient de la publicité accordée en fonction de l'auditoire, a indiqué que le fait d'avoir un canal élevé a un effet défavorable sur les recettes et le nombre d'auditeurs. À cet égard, M. Ron Nadeau a expliqué ce qui suit :

> Dans un monde idéal, nous aimerions que tous les Canadiens, Autochtones ou non, puissent regarder nos émissions. L'un des problèmes que nous avons signalés a trait à la position du canal. Soixante-dix pour cent des téléspectateurs non autochtones qui ont

> participé à un sondage ont dit ignorer l'existence d'APTN. Le problème, c'est qu'on nous a garanti une distribution obligatoire à l'échelle nationale, mais la distribution réelle dont nous disposons. [C]omment pouvons-nous présenter nos émissions aux Canadiens comme vous-mêmes? Nous nous intéressons donc vivement à la position du canal, puisque cet aspect constitue la clé qui ouvre de nombreuses portes[91].

Selon le président de VisionTV, M. Bill Roberts, la solution au problème réside dans la création d'une « oasis civique au sein d'un environnement axé sur les forces du marché », obligeant les EDR à grouper des réseaux canadiens précis dans un « volet de base » aux canaux les plus bas possible[92]. Une telle mesure se justifie par le fait que « les diffuseurs du service public ont besoin d'un service de distribution fondé sur des volets à prix abordable et à forte pénétration pour demeurer économiquement viables, [sinon] il se peut qu'il y ait peu d'espoir de survie dans un univers commercial où la distribution se fait « à la carte »[93], c'est-à-dire où les abonnés choisissent des émissions et ne paient que pour celles-ci.

VisionTV est convaincu que le volet de base qu'il propose pourrait comporter d'éventuels avantages pour le système de radiodiffusion, par exemple : une réduction des coûts des canaux des radiodiffuseurs publics, étant donné qu'ils ne seraient plus obligés d'utiliser leurs modestes ressources pour négocier [...] de l'espace de diffusion parmi les canaux et de lancer de vastes campagnes de communication et de marketing pour atteindre les téléspectateurs[94]; l'assurance qu'il y a de l'espace pour du contenu canadien au sein du système de radiodiffusion, un bloc de base que les abonnés paieraient meilleur marché; la possibilité pour les EDR de fixer des prix axés sur les forces du marché pour des services américains anciennement offerts en direct (ABC, CBS, NBC, PBS); une réduction des exigences en matière de contenu canadien s'appliquant aux radiodiffuseurs privés du Canada; un niveau accru de propriété étrangère des radiodiffuseurs privés canadiens[95].

Quels radiodiffuseurs devraient faire partie du volet de base? Selon VisionTV, le volet devrait comprendre des radiodiffuseurs « qui ont une licence expressément pour atteindre les objectifs de la politique publique, qui diffusent au moins 60 % de contenu canadien, qui consacrent au moins 50 % de leurs recettes à des émissions canadiennes, qui appartiennent entièrement à des intérêts canadiens ou, à tout le moins, sont contrôlés majoritairement par des intérêts canadiens, qui sont contrôlés par des entreprises, sociétés de gestion, partenariats ou coopératives sans but

lucratif ou par des œuvres de bienfaisance[54]. Les canaux communautaires locaux pourraient aussi faire partie du volet de base.

Un témoin a soutenu que les radiodiffuseurs publics et sans but lucratif devraient assumer le fardeau du volet de base, au nom du service public : « pour assurer la rentabilité de ces stations, il faudrait prévoir des dispositions obligeant les radiodiffuseurs du secteur privé à participer à leur financement et les câblodistributeurs à transmettre leurs signaux[55] ». D'autres parties intéressées voient également dans la création d'un nouveau volet une nouvelle source de recettes. L'Alliance de la vidéo et du cinéma indépendants (AVCI) a demandé au Comité d'étudier la possibilité d'accorder un statut spécial aux radiodiffuseurs éducatifs et sans but lucratif (Knowledge Network, SCN, TVO et VisionTV). Elle propose que le Comité exige que le FCT modifie ses lignes directrices concernant la valeur des droits de licence de ces radiodiffuseurs[56]. Autrement dit, l'AVCI voudrait recevoir des subventions plus importantes.

D'autres témoins étaient beaucoup moins favorables à la création d'un volet de base. La SRC a notamment reconnu le bien-fondé des arguments en faveur d'un « espace vert » pour la radiodiffusion publique, mais elle n'acceptait pas d'être incluse dans cette catégorie. À cet égard, le président de la SRC, M. Robert Rabinovitch a déclaré ce qui suit :

> En ce qui concerne le positionnement des plates-formes, nous avons été institués par une loi du Parlement. Nous sommes le radiodiffuseur public indépendant. Historiquement, nous avons mis sur pied des partenariats avec le secteur privé. Je ne m'oppose pas à Vision, à APTN et aux autres chaînes qui essayent de créer ce qu'ils appellent un « espace vert ». Nous sommes un espace vert et nous continuerons de l'être. Je pense que nous devons être traités indépendamment des chaînes spécialisées dont il est question. Je ne nie pas leur argument, mais je ne pense pas que nous en fassions partie intégrante[57].

Si la SRC était placée dans un « espace vert », elle serait séparée des autres grands réseaux. Les téléspectateurs qui ne sont pas intéressés aux services de base pourraient ne syntoniser que les services offerts à partir des canaux 5, 10 ou 20 afin d'éviter le volet de base, ce qui marginaliserait le radiodiffuseur public. C'est là le risque que comporte la création d'un volet de base. Toutefois, la proposition enthousiasme les services qui ont de moins bonnes cotes d'écoute que la SRC et dont la position du canal les désavantage.

Des représentants de l'ACTC se sont opposés au concept du volet de base et trouvaient :

> ... difficile de saisir les avantages du concept d'espace vert. En fin de compte, les services en question sont tous offerts par les câblodistributeurs. Il ne s'agit pas de proposer des services inédits, ce qui serait une bonne idée pour certains. Mais tous ces services sont déjà offerts[69] ».

De plus, la présidente de l'ACTC, Mme Janet Yale, a déclaré ce qui suit :

> Nous avons compris qu'il n'est pas sage de modifier l'interface du client. [...] Si les services sont déjà disponibles, pourquoi les déplacer pour les regrouper? Je n'en vois pas l'avantage. Deuxièmement, du point de vue du client, il faut retenir que le mieux que l'on puisse faire, c'est de s'assurer que les services sont offerts. [...] Mais ce n'est pas parce qu'un canal doit être offert que le client doit en regarder les émissions ou encore l'acheter. Dans le milieu du numérique, ce principe s'applique de plus en plus. Nous pouvons offrir une chaîne à la clientèle; nous ne pouvons toutefois obliger le client à la regarder ou à la payer si la chaîne ne l'intéresse plus. Cette époque est révolue[70].

M. Roberts croit qu'il est justifié d'imposer des frais indirects à l'ensemble de la population afin de procurer un avantage à la société civile. Il déclare que nous n'aurons peut-être jamais à subir une chirurgie à cœur ouvert, mais que nous acceptons de contribuer financièrement au système de santé[71]. Pour sa part, Mme Yale a soutenu qu'une promotion accrue constituerait une meilleure solution :

> [...] il nous faut avant tout promouvoir les services et la valeur de ces services, promouvoir vigoureusement les chaînes canadiennes et s'assurer que le financement des productions qui racontent les histoires canadiennes continuent d'être couvert. Nous le faisons. Nous y contribuons en versant 5 p. 100 de nos recettes brutes au Fonds canadien de télévision. Il faut promouvoir et non restreindre[72].

M. Chris Frank, vice-président de la programmation et des affaires gouvernementales chez Bell ExpressVu, a déclaré au Comité que, selon lui, le volet de base existe déjà :

> [...] nous connaissons très bien le concept du volet de base [...] que des compagnies comme VisionTV ont proposé et, comme je l'ai

déjà signalé, nous sommes très heureux de pouvoir vous dire que nous avons déjà ce volet de base dans le cadre de notre service de base. Nous sommes déjà convertis. Nous le faisons déjà et nous l'avons fait depuis nos débuts. Nous nous étions engagés à fournir un service de base entièrement canadien, avec quelques éléments clés comme VisionTV, les réseaux éducatifs, la SRC, les réseaux privés nationaux, le Weather Network/MeteoMedia, Newsworld, RDI et CPAC, pour offrir des émissions d'information, d'actualité et de divertissement aux Canadiens à un prix abordable.

Compte tenu de ce qui précède, le Comité reconnaît que les avantages et les inconvénients financiers qui entraîneraient la modification de la position des canaux pour les radiodiffuseurs, les auditoires et, surtout, les EDR doivent faire l'objet d'un examen minutieux. Cela étant dit, il faut signaler que, récemment, le CRTC a fait remarquer ce qui suit :

> Le CRTC a examiné le concept du volet de base et estime que sa mise en place porterait préjudice aux consommateurs et aurait de lourdes répercussions techniques et opérationnelles pour les distributeurs et les fournisseurs de services de programmation. De plus, elle modifierait de façon importante le cadre de réglementation balisant le service de base. En conséquence, le Conseil considère que le concept du volet de base n'est ni pratique ni opportun.

Le Comité a examiné attentivement les diverses facettes de cet argument ainsi que les points de vue des témoins sur la question et il estime que le problème relatif à la position des canaux sera probablement résolu au moment de la transition à la technologie numérique. Dici là toutefois, le Comité est en désaccord avec le CRTC selon qui « le concept du volet de base n'est ni pratique ni opportun » et il présente la recommandation ci-après.

RECOMMANDATION 7.9

Le Comité recommande que le CRTC soit tenu de faire en sorte que les auditoires aient un accès équitable aux services de radiodiffusion publique sans but lucratif offerts par les entreprises de distribution de radiodiffusion.

> déjà signalé, nous sommes très heureux de pouvoir vous dire que nous avons déjà ce volet de base dans le cadre de notre service de base. Nous sommes déjà convertis. Nous le faisons déjà et nous l'avons fait depuis nos débuts. Nous nous étions engagés à fournir un service de base entièrement canadien, avec quelques éléments clés comme VisionTV, les réseaux éducatifs, la SRC, les réseaux privés nationaux, le Weather Network, MétéoMédia, Newsworld, RDI et CPAC pour offrir des émissions d'information, d'actualité et de divertissement aux Canadiens à un prix abordable[7].

Compte tenu de ce qui précède, le Comité reconnaît que les avantages et les inconvénients financiers qu'entraînerait la modification de la position des canaux pour les radiodiffuseurs, les auditoires et, surtout, les EDR doivent faire l'objet d'un examen minutieux. Cela étant dit, il faut signaler que, récemment, le CRTC a fait remarquer ce qui suit :

> [Le CRTC] a examiné le concept du volet de base et estime que sa mise en place porterait préjudice aux consommateurs et aurait de lourdes répercussions techniques et opérationnelles pour les distributeurs et les fournisseurs de services de programmation. De plus, elle modifierait de façon importante le cadre de réglementation balisant le service de base. En conséquence, le Conseil considère que le concept du volet de base n'est ni pratique, ni opportun[8].

Le Comité a examiné attentivement les diverses facettes de cet argument ainsi que les points de vue des témoins sur la question et il estime que le problème relatif à la position des canaux sera probablement résolu au moment de la transition à la technologie numérique. D'ici là, toutefois, le Comité est en désaccord avec le CRTC selon qui « le concept du volet de base n'est ni pratique ni opportun » et il présente la recommandation ci-après.

RECOMMANDATION 7.9 :

Le Comité recommande que le CRTC soit tenu de faire en sorte que les auditoires aient un accès équitable aux services de radiodiffusion publique sans but lucratif offerts par les entreprises de distribution de radiodiffusion.

Notes en fin de chapitre

1 Peter Debarats. *Lavenir de la radiodiffusion publique — distinction ou extinction*, document préparé pour le Comité permanent du patrimoine canadien de la Chambre des communes, 31 août 2002.

2 Avis public CRTC 1998-8.

3 Aboriginal Peoples Television Network. Mémoire présenté au Comité permanent du patrimoine canadien, p. 9.

4 Bien que l'APTN se soit engagé à présenter un contenu canadien de 90 % dans sa demande au CRTC, au début de 2001, le CRTC a approuvé sa demande visant à ramener ce niveau à 70 %. L'APTN a informé le Comité qu'il avait dépassé de 15 % cet engagement de 70 %.

5 Alex McGregor. *Rapport sur les besoins des radiodiffuseurs autochtones du Nord*, ministère du Patrimoine canadien, juin 2000.

6 Réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, 1er mars 2002.

7 *Aboriginal Peoples Television Network*. Mémoire, p. 15.

8 D'après M. Compton, au cours des premières années du PAANR, les radiodiffuseurs ont reçu un financement allant jusqu'à 12,5 millions de dollars par année, mais à compter de 1991, le financement de la production par le PAANR a diminué pendant quelques années pour atteindre un plancher de tous les temps de 7,9 millions de dollars en 1999-2000. Le PAANR verse aujourd'hui un total d'environ 3,7 millions de dollars à sept organisations de radiodiffusion autochtones par année. Ceci étant dit, le FCT alloue également 1 % de son financement aux productions autochtones.

9 Réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, 1er mars 2002.

10 Gary Farmer, président, Aboriginal Voices Radio Inc., réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, 30 avril 2002.

11 Aucune licence du CRTC n'était nécessaire. Lavis public CRTC 1992-96 permettait la distribution des débats parlementaires sans licence.

12 Énoncé de contrôle de la CPAC – Chaîne d'affaires publiques par câble inc., 18 février 2002.

13 Version originale s'entend de la langue utilisée par une personne à un moment précis. Si la personne parle français, la version originale sera en français et si la personne parle anglais, la version originale sera en anglais.

14 Réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, 25 avril 2002.

15 Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes. Transcription de l'audience publique, Volume 4, p. 1042-1043, 9 mai 2002.

16 Rapport du Comité permanent des langues officielles. *Le rôle et les responsabilités du Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes dans l'évolution du dossier des langues officielles au Canada*, Ottawa, Chambre des communes, février 2003.

17 *Ibid.*

18 Voir la décision CRTC 87-900.

19 Comité d'action de RCI. Mémoire présenté au Comité permanent du patrimoine canadien, p. 2. RCI reçoit 15,52 millions de dollars par année pour son budget d'exploitation selon les modalités d'une entente de contribution (Rapport annuel de la SRC 2000-2001, p. 54).

20 Par exemple, le Groupe de travail de 1986 sur la radiodiffusion, le rapport de 1992 du Comité permanent des communications et de la culture de la Chambre des communes et le rapport de 1994 du Comité sénatorial permanent des transports et des communications sur le mandat et le financement de Radio Canada International.

21 Rapport du Comité sénatorial permanent des transports et des communications sur le mandat et le financement de Radio Canada International, Sénat du Canada, Ottawa, p. 16.

22 Mémoire du Comité d'action de RCI, p. 2.

23 www.canadianheritage.gc.ca

24 En juillet 1966, le gouvernement a déposé un livre blanc sur la radiodiffusion qui proposait notamment la création d'un nouvel organisme fédéral pour exploiter les installations de radiodiffusion éducative, la programmation étant administrée par les provinces. Le discours du Trône de mai 1967 promettait également que le gouvernement interviendrait dans le domaine de la radiodiffusion éducative.

25 Gouvernement du Canada, « Instructions émises à l'intention du Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes concernant la réservation de canaux de transmission par câble », Décret C.P. 1970-496, *Gazette du Canada*, partie II, vol. 104, nº 7, 18 mars 1970.

26 Rapport du Groupe de travail sur la politique de radiodiffusion (Caplan-Sauvageau), Ministre des Approvisionnements et Services, Ottawa, 1986, p. 339.

27 *Ibid.*, p. 341.
28 *Ibid.*, p. 351.
29 Deux services de programmation éducative ne sont pas provinciaux : Canadian Learning Television (CLT), un service spécialisé, la câblo-éducation (C-E), un service offert aux enseignants du Canada.
30 www.knowtv.com.
31 www.access.ola.bc.ca.
32 *Ibid.*
33 Réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, 25 avril 2002.
34 *Ibid.*
35 Décision CRTC 95-472.
36 Richard Ward, Réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, 25 février 2002.
37 Réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, 27 février 2002.
38 www.scn.sk.ca.
39 Réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, 28 février 2002.
40 *Ibid.*
41 www.tvontario.org.
42 Réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, 25 avril 2002.
43 Décision CRTC 2000-72.
44 Claudette Paquin, réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, 25 avril 2002.
45 Réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, 9 avril 2002.
46 Réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, 16 avril 2002.
47 Réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, 9 avril 2002.
48 Réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, 25 avril 2002.
49 *Ibid.*
50 La position de Télé-Québec est affaiblie dans une certaine mesure par ses propres ambitions d'entreprise. Depuis 1995, le réseau a obtenu des droits de radiodiffusion nationaux pour sa programmation et en octobre 2000, ses représentants ont indiqué au CRTC qu'ils voulaient que son signal soit offert gratuitement aux communautés francophones de tout le Canada.
51 Claudette Paquin, Réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, 25 avril 2002.
52 Décision CRTC 2001-256.
53 Septembre 2001 — août 2002, toute la journée, toutes les personnes de deux ans et plus. Source : Neilsen Media Research.
54 Jacques Lagacé, directeur des affaires institutionnelles, Télé-Québec, Réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, 25 avril 2002.
55 Télé-Québec, Rapport annuel 2000-2001, p. 12.
56 Jacques Lagacé, directeur des affaires institutionnelles, Télé-Québec, réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, 25 avril 2002.
57 *Ibid.*
58 En reconnaissance de ses contributions en matière de service public, Archives nationales du Canada a passé une entente avec CFMT pour stocker ses émissions à titre d'exemple de la perspective ethnoculturelle canadienne en radiodiffusion.
59 Réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, 1er mars 2002.
60 Réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, 25 avril 2002.
61 *Ibid.*
62 *Ibid.*
63 Pour en savoir plus sur la propriété étrangère, voir le chapitre 11.
64 *Ibid.*
65 Réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, 25 février 2002.
66 *Ibid.*
67 Réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, 14 mars 2002.
68 Réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, 28 février 2002.
69 Réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, 19 février 2002.
70 Bill Roberts, « We Should Reserve Electronic Green Space for Public Service Broadcasters », *Policy Options*, novembre 2001, p. 76.
71 Réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, 19 février 2002.
72 Réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, 11 avril 2002.
73 Avis public CRTC 2002-49.

ÉTAT DU SYSTÈME

Chapitre 8

Le secteur privé

Nous tentons de réaliser quelque chose qui n'est pas facile. Les pressions naturelles s'exercent contre nous; la force du courant pousse dans la direction nord-sud et nous essayons d'en diriger une partie dans le sens est-ouest. Les forces économiques sont aussi contre nous, de même qu'elles ont, par le passé, contrecarré les rêves et les aspirations de bon nombre de Canadiens. Mais il s'agit ici d'un rêve que nous devons travailler à réaliser, car il est de haute importance de le faire si nous tenons à conserver l'identité et la culture des Canadiens; bref, pour qu'il existe une force canadienne dans le monde.

Commission royale d'enquête sur la radio et la télévision, 1957

Dans ce chapitre, nous décrivons les principaux éléments du secteur privé du système canadien de radiodiffusion, sous les rubriques « production indépendante », « radio », « télévision », « distribution » et « publicité ». Nous passons ensuite en revue les témoignages entendus par le Comité ainsi que les solutions proposées.

Aux fins de la discussion, il importe de prendre connaissance des articles pertinents de la *Loi sur la radiodiffusion*. C'est ainsi qu'à l'article 3, il est écrit que les radiodiffuseurs devraient :

> s) ... dans la mesure où leurs ressources financières et autres le leur permettent, contribuer de façon notable à la création et à la présentation d'une programmation canadienne tout en demeurant réceptifs à l'évolution de la demande du public.

Les entreprises de distribution de services de radiodiffusion (par câble, par satellite et de distribution multipoint) doivent pour leur part :

> ... donner priorité à la fourniture des services de programmation canadienne, et ce en particulier par les stations locales canadiennes,
>
> (ii) ... assurer efficacement, à l'aide des techniques les plus efficientes, la fourniture de la programmation à des tarifs abordables,

ÉTAT DU SYSTÈME

Chapitre 8

Le secteur privé

Nous tentons de réaliser quelque chose qui n'est pas facile. Les pressions naturelles s'exercent contre nous; la force du courant pousse dans la direction nord-sud et nous essayons d'en diriger une partie dans le sens est-ouest. Les forces économiques sont aussi contre nous, de même qu'elles ont, par le passé, contrecarré les rêves et les aspirations de bon nombre de Canadiens. Mais il s'agit ici d'un rêve que nous devons travailler à réaliser, car il est de haute importance de le faire si nous tenons à conserver l'identité et la culture des Canadiens; bref, pour qu'il existe une force canadienne dans le monde.

Commission royale d'enquête sur la radio et la télévision, 1957

Dans ce chapitre, nous décrivons les principaux éléments du secteur privé du système canadien de radiodiffusion, sous les rubriques « production indépendante », « radio », « télévision », « distribution » et « publicité ». Nous passons ensuite en revue les témoignages entendus par le Comité ainsi que les solutions proposées.

Aux fins de la discussion, il importe de prendre connaissance des articles pertinents de la *Loi sur la radiodiffusion*. C'est ainsi qu'à l'article 3, il est écrit que les radiodiffuseurs devraient :

> « ... dans la mesure où leurs ressources financières et autres le leur permettent, contribuer de façon notable à la création et à la présentation d'une programmation canadienne tout en demeurant réceptifs à l'évolution de la demande du public. »

Les entreprises de distribution de services de radiodiffusion (par câble, par satellite et de distribution multipoint) doivent pour leur part :

> « ... donner priorité à la fourniture des services de programmation canadienne, et ce en particulier par les stations locales canadiennes. »
>
> « ... assurer, efficacement, à l'aide des techniques les plus efficientes, la fourniture de la programmation à des tarifs abordables. »

(iii) ... offrir des conditions acceptables relativement à la fourniture, la combinaison et la vente des services de programmation, ...

(iv) peuvent, si le Conseil le juge opportun, créer une programmation — locale ou autre — de nature à favoriser la réalisation des objectifs de la politique canadienne de radiodiffusion, et en particulier à permettre aux minorités linguistiques et culturelles mal desservies d'avoir accès aux services de radiodiffusion.

Finalement, dans le cas du secteur de la production indépendante, « la programmation offerte par le système canadien de radiodiffusion devrait faire appel de façon notable aux producteurs canadiens indépendants ».

S'il est possible de résumer brièvement ce que les témoins du secteur privé ont déclaré au Comité, l'élément-clé serait que ceux-ci tentent d'exploiter une entreprise dans un monde extrêmement concurrentiel et qu'ils doivent au minimum faire leurs frais ou, avec le temps, réaliser des profits. Règle générale, les témoins étaient satisfaits de la combinaison privé-public dans le secteur de la radiodiffusion au Canada. Ils ont convenu que le gouvernement doit s'impliquer, mais ils aimeraient voir des changements à la façon dont le CRTC réglemente l'industrie et dont le gouvernement gère certains programmes.

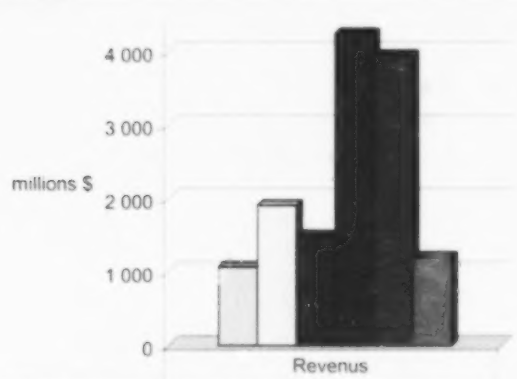
A. Taille et portée du secteur privé

Avant de poursuivre, il faut souligner l'importance de la taille et de la portée du secteur privé au Canada. La figure 8.1 ci-après donne les recettes totales et le nombre d'emplois générés par les entreprises de radiodiffusion et les distributeurs en 2001 (année la plus récente pour laquelle des données existent). La figure montre que les secteurs de la radiodiffusion, de la distribution privée et de la production indépendante ont créé quelque 72 000 emplois pour les Canadiens et produit près de 12,7 milliards de dollars de recettes.

La figure 8.1 donne également un aperçu de la division qui existe entre les secteurs public et privé du système canadien de radiodiffusion. Au cours de l'exercice 2000-2001, les recettes d'exploitation des principales chaînes de la SRC et de CBC s'élevaient à environ 1,2 milliard de dollars. De ce montant, environ 800 millions de dollars provenaient de crédits

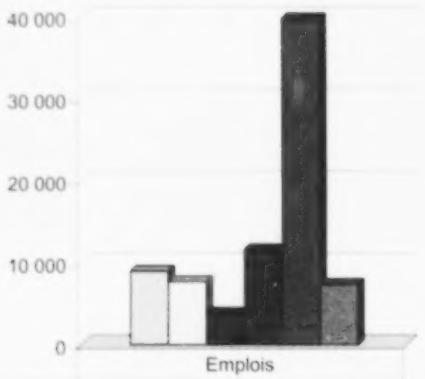
parlementaires, mais environ 350 millions de dollars avaient été générés par la publicité et la vente d'émissions. Une somme additionnelle de 116 millions de dollars provenaient des frais d'abonnement aux services par câble et par satellite de la Société. La SRC comptait alors au total 7 340 emplois.

Figure 8.1 Revenus et emplois générés par la radiodiffusion canadienne, 2001



Radio	1 067
Télé. conv.	1 903
Télé. pay. spéc.	1 490
Distributeurs	4 246
Prod. indép.	3 948
CBC / SRC	1 200

Total des revenus
Excluant CBC/SRC : 12,7 millions $
Incluant CBC/SRC : 13,9 millions $



Radio	8 954
Télé. conv.	7 685
Télé. pay. spéc.	3 835
Distributeurs	11 556
Prod. indép.	39 780
CBC / SRC	7 340

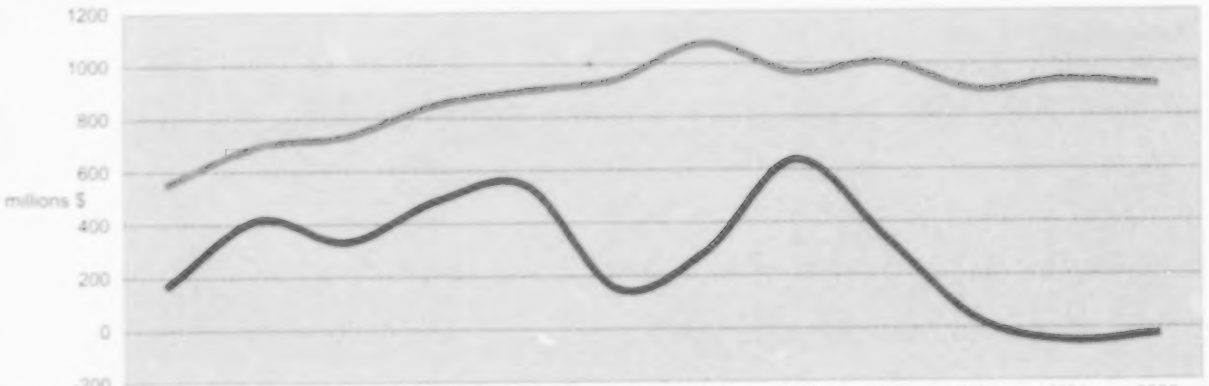
Emplois total
Excluant CBC/SRC : 71,810
Incluant CBC/SRC : 79,150

En ce qui a trait à la production indépendante, l'Association canadienne de production de films et de télévision (ACPFT) indique que la production totale au Canada en 2001 s'élevait à environ 5 milliards de dollars, dont 3,9 ont été consacrés à la production télévisuelle. Le nombre d'emplois directs au sein de l'industrie de la production canadienne était estimé à 51 000; le calcul au prorata de la contribution relative de la télévision canadienne à la production totale est de 39 780 emplois occupés par des Canadiens.

Une autre façon d'évaluer le secteur privé consiste à examiner sa rentabilité depuis les dernières révisions à la *Loi sur la radiodiffusion*, en 1991. La figure 8.2 montre que les bénéfices avant impôts (BAI) fluctuaient

grandement pendant cette période, allant de bénéfices de 635 millions de dollars en 1998 à des pertes avant impôts de 51,9 millions de dollars en 2001. Des renseignements plus détaillés sur la façon dont ces bénéfices et pertes varient selon les principaux joueurs du secteur privé (radio, télévision et distribution) sont présentés plus loin dans ce chapitre.

Figure 8.2 Bénéfices totaux de la radiodiffusion canadienne, 1991-2001



	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002
BAII	552.8	692.2	730.4	849.6	900.3	940.4	1076.1	964.3	1001.3	898.5	933.4	916.7
BAI	171	414.8	333	486.4	540.9	150.6	291.4	635	338.8	31.6	-51.9	-27.3

BAII = Bénéfices avant intérêts et impôts (et avant ajustement)
BAI = Bénéfices avant impôts (mais après ajustement)

B. Production indépendante

Il faut se rappeler que l'objectif principal du système de radiodiffusion canadien est d'appuyer la production et la distribution d'émissions. Il existe deux sources principales de contenu au sein du système canadien de radiodiffusion : les nouvelles et les émissions de sport produites par les radiodiffuseurs et les émissions comme les dramatiques, les documentaires et les émissions pour enfants, dont certaines sont produites par les radiodiffuseurs, mais la plupart sont l'œuvre de producteurs indépendants.

On fait souvent une distinction entre la production interne et la production externe indépendante. Par exemple, en 2001-2002, le populaire téléroman de langue française *Virginie* était une production interne, tandis que la série de science-fiction *Lexx* était une production indépendante.

Au début de la radiodiffusion, la plupart des productions étaient réalisées à l'interne et il y avait très peu de productions indépendantes au Canada, surtout entre 1952 et 1962, alors que la CBC et la SRC était le seul réseau canadien. Les trois principales raisons à cet égard étaient que la CBC et la SRC poursuivaient leur pratique adoptée pour la radio, qui consistait à créer les émissions à l'interne, qu'il n'existait pas de centre de production cinématographique (p. ex. l'équivalent canadien de Hollywood) où obtenir de la programmation et qu'il n'y avait aucune réglementation contre la production de tout le contenu à l'interne.

Lorsque CTV a été fondé en 1961, il a tout naturellement adopté la même formule, principalement parce qu'il n'y avait pas de secteur de la production indépendante auprès de qui il aurait pu obtenir de la programmation. La production d'émissions de CTV était toutefois moins variée que celle de la SRC et portait majoritairement sur les nouvelles et sur le sport, ce qui a ouvert la voie à une certaine production indépendante, plus particulièrement celle des jeux-questionnaires et des dramatiques (p. ex., *It's Your Move* et *The Littlest Hobo*).

En ce qui a trait à la programmation de langue française, il était plus difficile d'importer des émissions, le réseau privé de langue française Télé-Métropole a donc dû faire fonction de producteur dès son lancement, en 1960. Pour cette raison, Télé-Métropole (qui a été absorbé par TVA en 1971) est devenu rapidement la source la plus importante de programmation pour les auditoires de langue française du Canada[1]. Les émissions produites par Télé-Métropole comprennent la première comédie de situation, *Ce Basile* (1965-1968) et *Lecoq et fils* (1967-1968). Parmi les émissions produites sous la bannière TVA, mentionnons *Symphorien* (1974-1978), *Les Brillant* (1979-1980) et les comédies de situation *Dominique* (1977-1980) et *Peau de banane* (1982-1987).

Un véritable secteur de la production indépendante s'est développé au moment de la création par le gouvernement fédéral de Téléfilm Canada en 1983 et par suite de l'obligation imposée par le CRTC à la SRC d'acheter une partie de sa programmation auprès de sources externes, obligation intégrée à la licence de la SRC[2]. Pour être admissibles à une aide financière, les projets devaient respecter divers critères en matière de contenu canadien. Téléfilm administrait deux fonds, l'un axé sur les longs métrages (Fonds de financement des longs métrages — FFLM) et l'autre s'adressant aux radiodiffuseurs (Fonds de développement d'émissions canadiennes de télévision — FDECT).

Les succès canadiens dans le monde de l'animation

L'oscar décerné à la société Alias|Wavefront en 2003 pour *Maya*, un logiciel d'animation en trois dimensions, est le plus récent honneur attribué aux artistes de l'animation canadienne.

Les premiers animateurs les plus connus sont Norman McLaren de l'Office national du film, qui a remporté un oscar en 1952 pour son film *Neighbours*, et Frederic Back de Radio-Canada, qui a remporté deux oscars pour *Crac!* et *L'homme qui plantait des arbres*. Co Hœdeman a aussi obtenu un oscar pour son film d'animation Sand Castle, réalisé selon la technique image par image. Ces pionniers ont inspiré beaucoup d'autres animateurs de par leur utilisation novatrice de nouvelles techniques pour donner vie à leur vision créatrice.

La plupart des films d'animation sont encore créés au moyen des techniques traditionnelles, mais l'ère numérique a déferlé avec ses innovations. Plusieurs estiment que le court métrage de huit minutes *Tony de Peltrie* (1985) a été l'élément déclencheur. *Tony* a été le premier personnage créé par ordinateur qui pouvait exprimer des émotions. Ses créateurs, Philippe Bergeron et Daniel Langlois, ont mis au point d'autres logiciels utilisés dans toute l'industrie.

Digits 'n Art, de Bergeron, a ainsi élaboré flesh, une application de dessin en trois dimensions et *LIFEsource*, un système complet de saisie des mouvements. Pour sa part, Langlois a fondé Softlmage, qui a attiré l'attention du monde entier lors de la sortie de *Parc jurassique*. L'entreprise Discreet Logic a été fondée par deux vétérans de Softlmage. Les outils qu'elle produit (ils ont remporté un oscar) ont été des éléments centraux de certains films, par exemple *Armageddon* et *Titanic*. Ce ne sont que trois exemples d'entreprises de développement parmi tant d'autres, notamment Vertigo, Side Effects et Toon Boom technologies, qui auraient produit plus de la moitié des logiciels d'animation utilisés à Hollywood.

Les établissements d'enseignement du Canada ont aussi joué un rôle dans l'épanouissement de ces esprits créateurs. Quatre diplômés de l'Université de Waterloo ont remporté des oscars techniques pour leur contribution à trois partagiciels d'animation très populaires : *Prisms*, *Alias PowerAnimator* et *Marionnette 3D*. Ce dernier a servi à la création du premier long métrage tridimensionnel par ordinateur, *Histoire de jouets*.

Au début de la radiodiffusion, la plupart des productions étaient réalisées à l'interne et il y avait très peu de productions indépendantes au Canada, surtout entre 1952 et 1962, alors que la CBC et la SRC était le seul réseau canadien. Les trois principales raisons à cet égard étaient que la CBC et la SRC poursuivaient leur pratique adoptée pour la radio, qui consistait à créer les émissions à l'interne, qu'il n'existait pas de centre de production cinématographique (p. ex. l'équivalent canadien de Hollywood) ou obtenir de la programmation et qu'il n'y avait aucune réglementation contre la production de tout le contenu à l'interne.

Lorsque CTV a été fondé en 1961, il a tout naturellement adopté la même formule, principalement parce qu'il n'y avait pas de secteur de la production indépendante auprès de qui il aurait pu obtenir de la programmation. La production d'émissions de CTV était toutefois moins variée que celle de la SRC et portait majoritairement sur les nouvelles et sur le sport, ce qui a ouvert la voie à une certaine production indépendante, plus particulièrement celle des jeux questionnaires et des dramatiques (p. ex. *It's Your Move* et *The Littlest Hobo*).

En ce qui a trait à la programmation de langue française, il était plus difficile d'importer des émissions, le réseau privé de langue française Télé-Métropole a donc dû faire fonction de producteur dès son lancement, en 1960. Pour cette raison, Télé-Métropole, qui a été absorbé par TVA en 1971, est devenu rapidement la source la plus importante de programmation pour les auditoires de langue française du Canada. Les émissions produites par Télé-Métropole comprennent la première comédie de situation, *Cré Basile* (1965-1968) et *Lecoq et fils* (1967-1968). Parmi les émissions produites sous la bannière TVA, mentionnons *Symphorien* (1974-1978), *Les Brillant* (1979-1980) et les comédies de situation *Dominique* (1977-1980) et *Peau de banane* (1982-1987).

Un véritable secteur de la production indépendante s'est développé au moment de la création par le gouvernement fédéral de Téléfilm Canada en 1983 et par suite de l'obligation imposée par le CRTC à la SRC d'acheter une partie de sa programmation auprès de sources externes, obligation intégrée à la licence de la SRC. Pour être admissibles à une aide financière, les projets devaient respecter divers critères en matière de contenu canadien. Téléfilm administrait deux fonds, l'un axé sur les longs métrages (Fonds de financement des longs métrages — FFLM) et l'autre s'adressant aux radiodiffuseurs (Fonds de développement d'émissions canadiennes de télévision — FDECT).

Les succès canadiens dans le monde de l'animation

L'oscar décerné à la société Alias | Wavefront en 2003 pour *Maya*, un logiciel d'animation en trois dimensions, est le plus récent honneur attribué aux artistes de l'animation canadienne.

Les premiers animateurs les plus connus sont Norman McLaren de l'Office national du film, qui a remporté un oscar en 1952 pour son film *Neighbours*, et Frederic Back de Radio-Canada, qui a remporté deux oscars pour *Crac!* et *L'homme qui plantait des arbres*. Co Hœdeman a aussi obtenu un oscar pour son film d'animation Sand Castle, réalisé selon la technique image par image. Ces pionniers ont inspiré beaucoup d'autres animateurs de par leur utilisation novatrice de nouvelles techniques pour donner vie à leur vision créatrice.

La plupart des films d'animation sont encore créés au moyen des techniques traditionnelles, mais l'ère numérique a déferlé avec ses innovations. Plusieurs estiment que le court métrage de huit minutes *Tony de Peltrie* (1985) a été l'élément déclencheur. *Tony* a été le premier personnage créé par ordinateur qui pouvait exprimer des émotions. Ses créateurs, Philippe Bergeron et Daniel Langlois, ont mis au point d'autres logiciels utilisés dans toute l'industrie.

Digits 'n Art, de Bergeron, a ainsi élaboré flesh, une application de dessin en trois dimensions et *LIFEsource*, un système complet de saisie des mouvements. Pour sa part, Langlois a fondé SoftImage, qui a attiré l'attention du monde entier lors de la sortie de *Parc jurassique*. L'entreprise Discreet Logic a été fondée par deux vétérans de SoftImage. Les outils qu'elle produit (ils ont remporté un oscar) ont été des éléments centraux de certains films, par exemple *Armageddon* et *Titanic*. Ce ne sont que trois exemples d'entreprises de développement parmi tant d'autres, notamment Vertigo, Side Effects et Toon Boom technologies, qui auraient produit plus de la moitié des logiciels d'animation utilisés à Hollywood.

Les établissements d'enseignement du Canada ont aussi joué un rôle dans l'épanouissement de ces esprits créateurs. Quatre diplômés de l'Université de Waterloo ont remporté des oscars techniques pour leur contribution à trois partagiciels d'animation très populaires : *Prisms*, *Alias PowerAnimator* et *Marionnette 3D*. Ce dernier a servi à la création du premier long métrage tridimensionnel par ordinateur, *Histoire de jouets*.

L'année avant la sortie du film *Histoire de jouets*, la première série tridimensionnelle animée par ordinateur a été diffusée à la télévision : *Reboot*, produite par Mainframe Entertainment de Vancouver, utilisait un logiciel de Softlmage et des logiciels internes. *Reboot* n'était pas seulement une merveille sur le plan technique : l'émission a valu à ses créateurs plusieurs prix Gemini canadiens et prix internationaux.

D'autres établissements forment des animateurs : Banff Centre for the Arts, Emily Carr Institute, National Animation and Design Centre, Centennial College et Sheridan College. Les anciens du Sheridan College sont, entre autres, Steve Williams (*Parc jurassique*, *Le Masque*, et le robot T1000 du film *Terminator*), James Strauss (*Cœur de dragon*) et John Minnis (gagnant d'un oscar pour *Charade*).

Compte tenu de cette longue suite de succès créateurs et techniques, il n'est pas surprenant que, malgré la baisse récente, le Canada demeure le plus grand exportateur de films d'animation dans le monde. Les séries de Nelvana ont été diffusées dans quelque 160 pays; celles de Cinégroupe, dans 125 pays, tandis que les productions de Mainframe ont été vues dans 80 pays et traduites en 13 langues. Ces entreprises et d'autres, comme Decode de Toronto, Cinar de Montréal et Funbag d'Ottawa, ont, au fil des ans, rassemblé des experts et des créateurs qui ont fait de l'industrie canadienne de l'animation un champion international.

Tel qu'il est expliqué au chapitre 5, les créateurs canadiens ont désormais accès à plusieurs sources de financement publiques et privées, notamment le Fonds canadien de télévision (FCT), Téléfilm Canada, le ministère du Patrimoine canadien, les entreprises de distribution de services de radiodiffusion, les gouvernements provinciaux ou territoriaux et les droits de diffusion. Par exemple, depuis son instauration en 1997, le FCT a approuvé la création de plus de 2 228 projets, représentant 11 500 nouvelles heures de programmation[1].

La création de Téléfilm et l'obligation pour la SRC d'acheter des productions externes ont permis au secteur de la production indépendante au Canada de prendre de l'essor en produisant un grand nombre d'émissions populaires, notamment *Anne of Green Gables*, *Caserne 24*, *Kids in the Hall*, *Diva*, *Babar*, *KM/H* et *The Boys of St. Vincent*. Plus récemment, des émissions telles que Trudeau et Le dernier chapitre ont témoigné de la réussite des productions indépendantes.

Deux autres facteurs ont favorisé la croissance du secteur de la production indépendante au Canada. Premièrement, le CRTC a attribué des licences à des douzaines de services spécialisés qui ont besoin de contenu spécialisé (p. ex., des émissions de musique ou de sciences). Deuxièmement, le CRTC a maintenu les exigences en matière de contenu canadien pour ces nouveaux services. Bien que ces exigences varient selon la chaîne, elles créent par défaut une demande d'émissions canadiennes à laquelle seul un secteur de la production indépendante peut répondre de façon réaliste. En effet, il ne serait absolument pas efficace que chaque chaîne spécialisée mette en place ses propres installations de production.

Parallèlement à la croissance du marché canadien pour les productions indépendantes, des services spécialisés — par exemple Cartoon Network et Nickelodeon — ont vu le jour aux États-Unis, chacun ayant besoin de contenu spécialisé. Au cours des années 1990, les producteurs indépendants du Canada ont répondu à une partie de la demande américaine; ils ont ainsi pu obtenir plus facilement une partie du financement de leurs projets à l'étranger.

Cette capacité s'est renforcée grâce à l'augmentation du nombre d'accords de coproduction avec d'autres pays. Le Canada a conclu plusieurs accords de coproduction avec d'autres pays et il est le plus important coproducteur du monde. Ainsi, en 2001-2002, on recensait 107 accords de coproduction auxquels étaient parties des maisons de production canadiennes, et dont la valeur s'élevait à 793 millions de dollars (dont 432 millions de dollars ont été dépensés au Canada).

Accords internationaux de coproduction

Les coproductions sont des ententes juridiques internationales conclues entre des gouvernements qui aident les producteurs en réduisant les risques de production par la mise en commun des ressources créatrices, techniques et financières. Le Canada a conclu 61 accords de coproduction audiovisuelle avec divers pays, la plupart pour le cinéma ou la télévision.

Les accords de coproduction donnent aux réalisations produites le statut de production nationale dans chaque pays signataire. Au Canada, cela signifie qu'une coproduction sera considérée comme ayant « un contenu canadien ». Le statut de coproduction ouvre droit pour les producteurs canadiens à des crédits d'impôt et aux fonds publics (p. ex., au Programme de participation au capital du Fonds canadien de télévision).

Le ministère du Patrimoine canadien est chargé de négocier les accords de coproduction, tandis que Téléfilm Canada les administre au nom du gouvernement du Canada.

Les coproductions comportent des avantages et des inconvénients. En effet, si elles permettent d'obtenir des fonds supplémentaires et favorisent l'accès à des marchés étrangers, elles peuvent toutefois être très difficiles à gérer, comporter des conflits quant au contrôle sur la création et donner lieu à un produit sans lien culturel avec les auditoires d'une des parties ou sans grand intérêt pour eux. En dépit de ces problèmes, les coproductions sont devenues une importante source d'appui supplémentaire pour les maisons de production canadiennes[1].

La figure 8.3 ci-après donne un aperçu de la taille du secteur canadien de la production privée. Comme on peut le constater, ce secteur a connu une importante croissance entre 1998 et 2001, passant de 118 entreprises à 155. Cette croissance a principalement touché les petites entreprises dont les revenus sont inférieurs à 25 millions de dollars.

Le pouvoir du savoir

Les nouvelles technologies de production et de communication qui stimulent et nourrissent les productions multimédias, tant sur le plan domestique qu'international, ont permis à de multiples jeunes entreprises de se tailler une place sur le marché de la production télévisuelle. Ces entreprises, souvent de petite ou moyenne taille, ont réussi à réunir des équipes de professionnels dont les connaissances, l'allure et les ambitions sont en parfaite harmonie avec les nouvelles technologies de production multimédia. Plusieurs entreprises canadiennes sont inscrites à ce palmarès, dont le Groupe Pixcom, une petite entreprise que le Comité a eu la chance de visiter pendant ses déplacements au Canada.

Le Groupe Pixcom est une entreprise privée montréalaise fondée en 1987. Une jeune entreprise dont la mission vise haut, très haut : d'être un producteur de production multimédia de renommée internationale et de promouvoir le développement des technologies qui supportent la télédiffusion internationale. Pixcom tient à se définir par l'excellence, l'expertise technologique, l'imagination et l'audace.

La flexibilité et les compétences dont disposent les équipes techniques et de production chez Pixcom permettent à l'entreprise de répondre à un large éventail de défis, soient-ils reliés au monde du sport, à la production dramatique, aux enfants, aux variétés, au documentaire ou aux affaires publiques. À peu près tous les télédiffuseurs francophones du Canada, ainsi que France 2 et France 3, ont diffusé les productions de Pixcom et les nombreux prix obtenus par ces mêmes productions, tels Gémeaux et Gemini, sont garants d'une qualité de travail de premier ordre.

L'annee avant la sortie du film *Histoire de jouets*, la première série tridimensionnelle animée par ordinateur a été diffusée à la télévision : *Reboot*, produite par Mainframe Entertainment de Vancouver, utilisait un logiciel de SoftImage et des logiciels internes. *Reboot* n'était pas seulement une merveille sur le plan technique : l'émission a valu à ses créateurs plusieurs prix Gemini canadiens et prix internationaux.

D'autres établissements forment des animateurs Banff Centre for the Arts, Emily Carr Institute, National Animation and Design Centre, Centennial College et Sheridan College. Les anciens du Sheridan College sont, entre autres, Steve Williams (*Parc jurassique*, *Le Masque*, et le robot T1000 du film *Terminator*), James Strauss (*Cœur de dragon*) et John Minnis (gagnant d'un oscar pour *Charade*).

Compte tenu de cette longue suite de succès créateurs et techniques, il n'est pas surprenant que, malgré la baisse récente, le Canada demeure le plus grand exportateur de films d'animation dans le monde. Les series de Nelvana ont été diffusées dans quelque 160 pays; celles de Cinegroupe, dans 125 pays, tandis que les productions de Mainframe ont été vues dans 80 pays et traduites en 13 langues. Ces entreprises et d'autres, comme Decode de Toronto, Cinar de Montréal et Funbag d'Ottawa, ont, au fil des ans, rassemble des experts et des créateurs qui ont fait de l'industrie canadienne de l'animation un champion international.

Accords internationaux de coproduction

Les coproductions sont des ententes juridiques internationales conclues entre des gouvernements qui aident les producteurs en réduisant les risques de production par la mise en commun des ressources créatrices, techniques et financières. Le Canada a conclu 61 accords de coproduction audiovisuelle avec divers pays, la plupart pour le cinéma ou la télévision.

Les accords de coproduction donnent aux réalisations produites le statut de production nationale dans chaque pays signataire. Au Canada, cela signifie qu'une coproduction sera considérée comme ayant « un contenu canadien ». Le statut de coproduction ouvre droit pour les producteurs canadiens à des crédits d'impôt et aux fonds publics (p. ex., au Programme de participation au capital du Fonds canadien de télévision).

Le ministère du Patrimoine canadien est chargé de négocier les accords de coproduction, tandis que Téléfilm Canada les administre au nom du gouvernement du Canada.

Les coproductions comportent des avantages et des inconvénients. En effet, si elles permettent d'obtenir des fonds supplémentaires et favorisent l'accès à des marchés étrangers, elles peuvent toutefois être très difficiles à gérer, comporter des conflits quant au contrôle sur la création et donner lieu à un produit sans lien culturel avec les auditoires d'une des parties ou sans grand intérêt pour eux. En dépit de ces problèmes, les coproductions sont devenues une importante source d'appui supplémentaire pour les maisons de production canadiennes.

La figure 8.3 ci-après donne un aperçu de la taille du secteur canadien de la production privée. Comme on peut le constater, ce secteur a connu une importante croissance entre 1998 et 2001, passant de 118 entreprises à 155. Cette croissance a principalement touché les petites entreprises dont les revenus sont inférieurs à 25 millions de dollars.

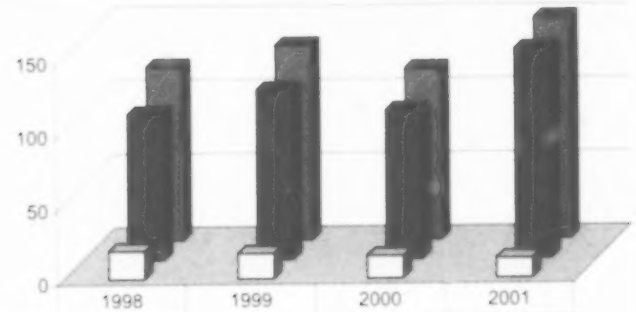
Le pouvoir du savoir

Les nouvelles technologies de production et de communication qui stimulent et nourrissent les productions multimédias, tant sur le plan domestique qu'international, ont permis à de multiples jeunes entreprises de se tailler une place sur le marché de la production télévisuelle. Ces entreprises, souvent de petite ou moyenne taille, ont réussi à réunir des équipes de professionnels dont les connaissances, l'allure et les ambitions sont en parfaite harmonie avec les nouvelles technologies de production multimédia. Plusieurs entreprises canadiennes sont inscrites à ce palmarès, dont le Groupe Pixcom, une petite entreprise que le Comité a eu la chance de visiter pendant ses déplacements au Canada.

Le Groupe Pixcom est une entreprise privée montréalaise fondée en 1987. Une jeune entreprise dont la mission vise haut, très haut : d'être un producteur de production multimédia de renommée internationale et de promouvoir le développement des technologies qui supportent la télédiffusion internationale. Pixcom tient à se définir par l'excellence, l'expertise technologique, l'imagination et l'audace.

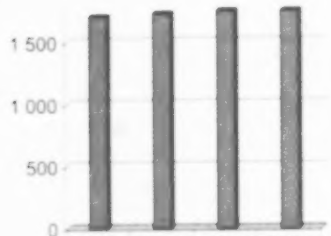
La flexibilité et les compétences dont disposent les équipes techniques et de production chez Pixcom permettent à l'entreprise de répondre à un large éventail de défis, soient-ils reliés au monde du sport, à la production dramatique, aux enfants, aux variétés, au documentaire ou aux affaires publiques. À peu près tous les télédiffuseurs francophones du Canada, ainsi que France 2 et France 3, ont diffusé les productions de Pixcom et les nombreux prix obtenus par ces mêmes productions, tels Gemeaux et Gemini, sont garants d'une qualité de travail de premier ordre.

Figure 8.3 Nombre total de maisons de production indépendantes canadiennes selon le niveau des dépenses, 1998-2001



	1998	1999	2000	2001
□ > 25 millions $	19	17	15	13
■ < 25 millions $	99	115	101	142
■ Total	118	132	116	155

Figure 8.4 Total des dépenses dans le secteur canadien de la production indépendante, 1998-2001



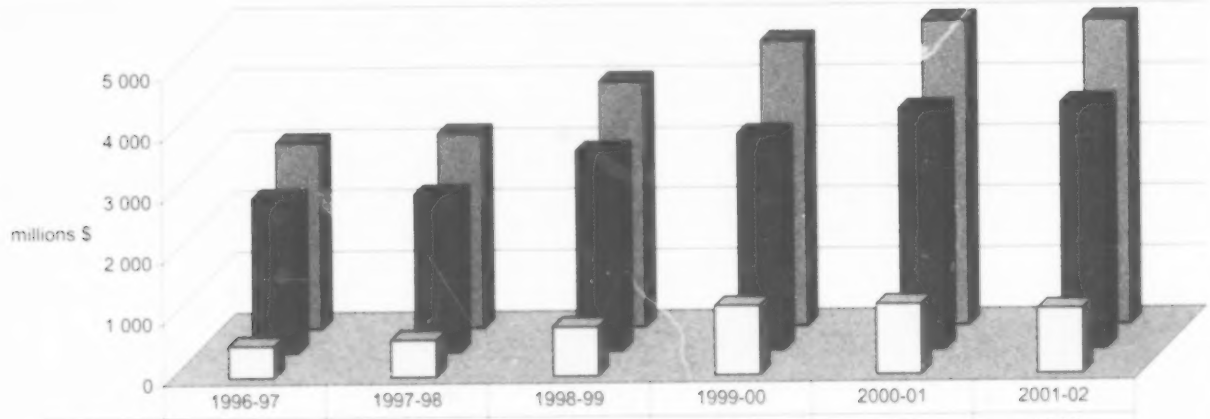
	1998	1999	2000	2001
■ Dépenses	1 700	1 727	1 831	1 765

La figure 8.4 présente les dépenses des maisons de production privées de 1998 à 2001. Elle indique que le secteur de la production a invariablement dépensé entre 1,7 et 1,8 milliard de dollars entre 1998 et 2001.

La valeur des productions de cinéma et de télévision reconnues a augmenté de plus de 260 % entre 1993-1994 et 2001-2002, passant de 1,9 milliard de dollars à 5,1 milliards de dollars. La figure 8.5 montre qu'en 2001-2002, la production canadienne reconnue de télévision était évaluée à environ 4 milliards de dollars, une augmentation de 1,5 milliard par rapport à 1996-1997. L'un des éléments responsables de cette croissance a été le succès des sociétés d'animation canadiennes. Deux exemples de ce secteur ponctuent le chapitre.

La figure 8.6 montre les recettes des principales maisons de production canadiennes entre 1998 et 2001. Il faut souligner que le profil de la propriété dans le secteur de la production indépendante a évolué grandement ces dernières années. Certains radiodiffuseurs ont acheté des sociétés de production indépendante (p. ex., CanWest Global possède désormais Fireworks Entertainment et Alliance Atlantis a acheté Salter Street). Des témoins ont exprimé leurs préoccupations à ce sujet : premièrement, lorsqu'un radiodiffuseur possède une maison de

Figure 8.5 Volume de production d'émissions et de films canadiens certifiés, 1996-2002



	1996-97	1997-98	1998-99	1999-00	2000-01	2001-02
Film	513	599	798	1 128	1 146	1 062
Télévision	2 534	2 588	3 288	3 550	3 948	4 034
Total	3 048	3 187	4 026	4 678	5 096	5 096

Figure 8.6 Recettes des principales maisons de production privées du Canada, 1998-2001 (millions de $)

Entreprises	1998	1999	2000	2001
Alliance Atlantis	342	306	337	276
Fireworks Entertainment	74	143	204	206
Nelvana	78	82	79	135
Lions Gate Entertainment	35	95	96	90
Muse Entertainment	-	-	55	79
BLT Productions	-	-	-	67
Zone3	-	-	50	56
Minds Eye Pictures	10	12	23	41
Peace Arch Entertainment	53	50	91	39
Knightscove Entertainment	-	-	-	39
DECODE Entertainment	10	16	18	34
Temple Street Prods	12	0	23	31
CineGroupe	-	37	23	30

production, on peut être confronté à des opérations d'initiés. Deuxièmement, avec ce type de fusion, on risque de perdre la production régionale et de voir la prise de décisions se concentrer dans les grands centres. Les chapitres 9 et 11 abordent ces questions.

Ce que les témoins ont dit

La section qui suit porte sur les témoignages que le Comité a entendus, mais nous désirons mentionner que plusieurs autres chapitres renferment des points soulevés par les producteurs indépendants du Canada. Ainsi, le chapitre 5 touche les préoccupations précises des producteurs indépendants concernant le financement de la télévision canadienne; le chapitre 11 discute de l'importance de préserver le contrôle et la propriété au Canada; le chapitre 13 aborde la protection des droits d'auteur. La présente section soulève certains des défis généraux auxquels sont confrontés les producteurs indépendants dans la structure actuelle du système de radiodiffusion canadien.

Lors de son témoignage, Mme Annie Piérard, présidente de la Société des auteurs de radio, télévision et cinéma, a remarqué que la production indépendante joue un rôle essentiel dans le système de radiodiffusion canadien :

> Un principe général de diversité anime la *Loi sur la radiodiffusion* et la réglementation afférente. [...] Il y a la diversité des lieux de création, qui est favorisée par les dispositions de la loi invitant le système à faire appel, de façon notable, aux producteurs indépendants canadiens. On peut mentionner également la diversité des voies d'accès au système de la radiodiffusion pour les artistes, créateurs, producteurs et distributeurs, qui est favorisée par la pluralité de propriété des entreprises de programmation de radiodiffusion. Il y a la diversité des composantes privée et publique, qui est l'une des caractéristiques distinctives du système de la radiodiffusion canadienne et qui doit le demeurer[1].

Cette perspective a incité Mme Claire Samson, présidente-directrice générale de l'Association des producteurs de films et de télévision du Québec, à faire les observations suivantes sur l'état actuel de la radiodiffusion au Canada, particulièrement du marché de langue française :

> Pour conclure [...], je voudrais rappeler que le système canadien de la radiodiffusion est une réussite assez exceptionnelle; il fait d'ailleurs l'envie de plusieurs pays. Si l'on compare la place qu'occupent les émissions canadiennes à la radio et à la télévision à celle qu'occupent d'autres produits culturels canadiens dans des secteurs non réglementés, comme les salles de cinéma, par exemple, les vidéoclubs ou les disquaires, on mesure encore mieux les effets positifs du type d'encadrement qui prévaut dans le secteur de la radiodiffusion.

> Bien sûr, l'encadrement n'est pas tout. Il faut aussi des créateurs, des interprètes de talent, des producteurs innovateurs, des moyens financiers à la mesure des attentes élevées des publics, mais lorsque toutes ces conditions sont réunies, le succès est assuré. À preuve, règle générale, en saison régulière, 27 ou 29 des 30 émissions les plus regardées à la télévision de langue française sont des émissions canadiennes créées et produites chez nous. Nous pouvons donc compter sur des acquis fort précieux qu'il ne faut perdre ou compromettre[1].

Pour sa part, Mme Julia Keatley, présidente de l'Association canadienne de production de film et télévision, a résumé de façon tout aussi enthousiaste la contribution du secteur canadien de production indépendante aux émissions de télévision canadiennes de langue anglaise :

> Les producteurs indépendants manient toute une gamme de formats et de genres et tentent d'exprimer dans une optique qui est propre à ce pays des récits de chez nous, tenant compte des intérêts et des préoccupations plus particulièrement ressenties par les Canadiens. En gros, il s'agit d'émissions dramatiques, de documentaires et de programmes plus spécialement destinés aux enfants. Ainsi, en regardant *This Hour Has 22 Minutes*, *The Red Green Show*, *Degrassi: The Next Generation*, *Cold Squad*, *Air Force*, *Turning Points in History*, *Hoze Hounds*, *Da Vinci Inquest*, *The Toy Castle*, *Blue Murder*, *Profiles of Nature*, ou *Little Miracles*, vous pourriez très bien penser que vous assistez là aux émissions réalisées par une chaîne ou une station de télévision donnée, en l'occurrence celle sur laquelle est branché votre poste. Mais en fait vous assistez là au travail des milliers d'hommes et de femmes de talent qui œuvrent au sein des maisons de production canadiennes indépendantes[2].

Mme Keatly a aussi souligné (voir le chapitre 5) que les producteurs indépendants dépendent beaucoup de l'argent des contribuables et, par conséquent, s'efforcent d'être aussi responsables et efficaces que possible. Elle précise :

> ... qu'il s'agit de l'argent des contribuables. Or, s'agissant des producteurs indépendants du Canada, on peut dire qu'ils travaillent de manière assez efficace, qu'il s'agisse de faire des documentaires, des programmes pour enfants ou des émissions dramatiques. C'est un métier artistique, un travail de création et nous l'exerçons pour gagner notre vie[3].

L'atteinte d'un équilibre entre la créativité et l'efficacité n'est cependant pas très facile. Comme l'a dit M. Ira Levy, membre du conseil d'administration de l'Association canadienne de production de film et télévision :

> Il faut bien se rendre compte qu'en matière de financement de programmes, c'est le producteur qui assume le risques le plus gros. En effet, nous assumons non seulement les risques artistiques du projet [...] mais nous assumons également les risques de la création et, en même temps, les risques financiers.

Pour cette raison, les créateurs canadiens sont devenus, par nécessité, des gens d'affaires très adroits. Mme Barri Cohen, présidente nationale du Caucus canadien de la vidéo et du cinéma indépendants, a expliqué au Comité :

> Dans le cadre de nos activités cinématographiques, nous devons faire appel à la fois aux talents et aux compétences qu'exigent la production de programmes pour la télévision et au sens du commerce et de l'entreprise nécessaire pour bien gérer nos sociétés et pour trouver les capitaux nécessaires. Les producteurs de films documentaires sont maintenant un élément essentiel du milieu de la production indépendante qui, chaque année, compte pour plus de 200 millions de dollars.

Mais ce besoin du sens des affaires n'a pas nui à la croissance et au succès de l'industrie. Au contraire. Comme M. Stephen Ellis, ancien président de l'Association canadienne de production de film et télévision, l'a dit au Comité :

> C'est également très avantageux du point de vue économique car, ainsi que nous le disions au début, les radiodiffuseurs — dont Radio-Canada — n'ont généralement à investir qu'environ un quart des coûts de production.

En outre la situation a tellement favorisé le rôle important du secteur privé qu'il :

> a pris une formidable extension. Je crois qu'à l'heure actuelle 80 ou 90 % des émissions spectacles programmées par Radio-Canada aux heures de grande écoute proviennent de producteurs indépendants, ce qui assure la diversité des points de vue.

Les témoins ont néanmoins fait remarquer plusieurs problèmes que doivent surmonter les producteurs indépendants dans le monde moderne de la radiodiffusion : position forte sur le marché, opérations d'initiés, garde, concurrence pour les fonds disponibles et absence d'un cadre réglementaire cohérent. Au sujet des deux premiers problèmes (position forte sur le marché et opérations d'initiés[71]), un témoin a affirmé au Comité :

> plus le nombre de diffuseurs se réduit, plus on risque de voir se créer des positions dominantes. Traditionnellement, les chaînes achetaient les droits de projeter un film ou une série, dans certains cas pour plusieurs années avec un certain nombre de garanties au niveau de la publicité. Aujourd'hui, le prix des séries ou des émissions n'a pas nécessairement baissé mais les chaînes demandent ou exigent que leurs chaînes affiliées puissent, elles aussi, programmer ces émissions et, pour le même prix, les projeter tant qu'elles veulent sans garantir le même niveau de publicité qu'avant[72].

Il a poursuivi en disant :

> Des cinéastes et des producteurs chevronnés nous ont décrit le nouvel environnement de ces « ventes liées obligatoires ». Une position forte sur le marché permet également aux chaînes de monter leurs propres compagnies de production de documentaires, comme l'ont fait Alliance Atlantis et Discovery, et ce sont alors ces compagnies qui alimentent les chaînes par un débit constant de documentaires bon marché, certes, mais dont la production bénéficie néanmoins des financements publics et des crédits d'impôt prévus à cet effet[73].

Pour cette raison, M. Alexander Crawley a demandé au Comité de s'assurer que le CRTC est plus sévère dans l'application des règlements actuels[74]. Selon son organisme :

> Les règlements adoptés par le CRTC afin de lutter contre ces pratiques consanguines ne sont pas appliqués avec assez de fermeté, d'après nous, mais il y a là un problème auquel il conviendrait de faire face de toute urgence[75].

Un autre problème des producteurs indépendants, mentionné par M. Stephen Ellis, est la façon dont les radiodiffuseurs agissent comme les gardiens du système. Il a expliqué que :

> ... lors de nos négociations avec les téléditfuseurs, étant donné leur puissance, notamment de sélection car ce n'est que par leur intermédiaire qu'un producteur peut solliciter un financement du FCT, de Téléfilm ou d'autres sources ...[9].

Il a ajouté :

> ... les téléditfuseurs sont en mesure d'acquérir une participation excessive dans des émissions que les producteurs aimeraient avoir la possibilité de produire en conservant la propriété intellectuelle qui leur permet de rentabiliser leurs efforts[10].

Sur un autre plan, plusieurs témoins ont indiqué que la fragmentation a entraîné une concurrence féroce dans l'obtention des fonds du FCT, de Téléfilm et d'autres sources privées. Comme l'a expliqué Mme Barri Cohen :

> L'argent disponible a été divisé en un plus grand nombre de parts, plus petites que naguère. C'est sans doute pour cela que beaucoup de personnes comprennent mal cette situation où, il est vrai, les investissements ont augmenté mais pas assez pour aller de pair avec l'augmentation rapide du nombre de licences. En un mot, l'argent disponible a quelque peu augmenté, mais le nombre de parts a augmenté encore plus[20].

Regroupées, ces préoccupations expliquent en partie pourquoi les producteurs indépendants ont mis le Comité en garde contre la recommandation de l'Association canadienne des radiodiffuseurs, qui veut que les radiodiffuseurs aient accès directement au Fond canadien de télévision. Selon M. Mark Laing, président de la Guilde canadienne des réalisateurs :

> ... l'Association canadienne des radiodiffuseurs fait du lobbying massif en faveur d'un accès pour les radiodiffuseurs au Fonds canadien de télévision. Si on les autorise à accéder directement à ces fonds, de nombreux producteurs indépendants deviendront redondants dans le tableau d'ensemble. Cela est très menaçant pour nous, en tant que communauté, pour notre capacité de livrer à un auditoire un contenu novateur, intéressant et pertinent[21].

Mme Elizabeth McDonald, présidente et directrice générale de l'Association canadienne de production de film et télévision, a également insisté sur ce point et a ajouté qu'il est maintenant temps d'instaurer un nouveau cadre cohérent pour réglementer les relations entre les producteurs indépendants et les radiodiffuseurs canadiens :

> ... je tiens à apporter quelques précisions concernant les émissions de télévision canadiennes et leur source, c'est-à-dire les producteurs auxquels ces émissions sont achetées. C'est d'abord aux chaînes qu'il appartient d'avaliser ces programmes. Aucun projet de production ne peut en effet solliciter une aide financière à moins d'avoir été ainsi cautionné. Il est clair que vu la consolidation des entreprises dans le domaine des médias, la source de ces cautionnements devient un peu problématique. C'est une des raisons pour lesquelles nous soulevons la question d'une réglementation cohérente dans le cadre de laquelle cet aval serait accordé par le CRTC. Dans certains cas, cet aval est soumis à des conditions régionales mais il n'en est pas toujours ainsi. Alors que la plupart des télédiffuseurs sont installés dans le centre du pays, il va falloir trouver le moyen d'assurer la diffusion, à l'échelle du pays tout entier, de ces récits, présentés en anglais ou en français[22].

Compte tenu de cette affirmation, l'association de Mme McDonald a proposé les politiques suivantes :

> ... il est indispensable que le Fonds canadien de télévision soit reconnu comme élément essentiel des mécanismes de financement de programmes proprement canadiens. Le gouvernement doit donc lui assurer un financement stable et à long terme.
>
> ... les radiodiffuseurs doivent continuer à accueillir sur leurs ondes les programmes que nous créons.
>
> ... les organismes publics devraient simplifier leurs procédures administratives afin que les producteurs ne soient dorénavant plus pénalisés par les surcoûts auxquels ces procédures donnent lieu[23].

De son côté, M. Jacques Primeau, président de l'Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo, a confié au Comité :

> ... la réglementation du système pourrait à la fois être allégée et rendue plus efficace [...] en renforçant et en adaptant à l'environnement concurrentiel et technologique qui se dessine, les aspects de la réglementation qui assurent l'atteinte des objectifs essentiels de la loi, en recourant [...] plus systématiquement à l'auto et à la corégulation, ainsi qu'à l'encadrement des relations contractuelles pour tous les aspects plus administratifs, commerciaux, techniques et sociaux du corpus réglementaire actuel[24].

Solutions proposées

Le Comité estime que la croissance et les réalisations de la production indépendante pour la télévision sont la preuve que les principes de la politique canadienne sur la radiodiffusion pour ce secteur, comme ils sont énoncés dans la *Loi sur la radiodiffusion*, sont en voie d'être atteints. Il admet par contre qu'on est en droit de s'inquiéter et il convient que des mesures sont nécessaires pour assurer la survie de ce secteur. Plus particulièrement, il convient avec les témoins que les changements de propriété font en sorte qu'il est essentiel que le CRTC applique ses règlements actuels sur les opérations d'initiés.

Il importe de rappeler que d'autres chapitres du rapport portent sur les nombreuses questions soulevées par les témoins concernant le secteur de la production indépendante. Par exemple :

- dans le chapitre 5, on recommande que le Fonds canadien de télévision soit reconnu à titre d'élément essentiel du système de radiodiffusion canadien;

- au chapitre 5, on propose plusieurs recommandations destinées à remédier à de nombreux problèmes que les témoins ont soulevés au sujet de la structure du système de point pour le contenu canadien et l'administration des fonds de production;

- dans le chapitre 11, on réclame un moratoire sur l'approbation de changements de propriété croisée des médias par le CRTC jusqu'à ce que le gouvernement adopte une politique cohérente à ce sujet.

Le Comité reconnaît que des mesures pourraient être requises pour assurer une vaste distribution des émissions canadiennes. Il note qu'un thème qui ressort de tout son rapport est la conviction que le système de radiodiffusion canadien doit être maintenu sous forme de système unique. Or, comme il le fait remarquer au chapitre 4, il n'existe pas d'information complète et cohérente sur la distribution et la diffusion des émissions canadiennes. Le Comité a donc eu peine à déterminer dans quelle mesure certaines questions doivent être approfondies.

Un exemple concret est l'Association canadienne de production de film et télévision qui s'inquiète que les variations régionales des conditions des licences nuiront à la diffusion des émissions canadiennes. Le Comité est d'accord que c'est une question troublante. C'est pourquoi il recommande

au chapitre 5 d'effectuer des recherches approfondies sur la distribution et la diffusion des émissions canadiennes partout au Canada. Une fois que cela sera fait, les intervenants seront mieux en mesure de décider s'il faut modifier les conditions des licences des radiodiffuseurs pour la diffusion d'émissions canadiennes.

C. Radiodiffuseurs

Comme il est mentionné au chapitre 2, c'est grâce au secteur privé que la radio a vu le jour au Canada. Entre 1919, année de l'attribution de la première licence de radiodiffusion à la Marconi Wireless Telegraph Company of Canada, et 1932, année de la mise en œuvre des recommandations de la Commission Aird, l'entreprise privée offrait presque tous les services radiophoniques. En 1928, le Canada comptait 68 radiodiffuseurs privés[25]. Ces radiodiffuseurs étaient principalement des amateurs, des familles et des groupes à but non lucratif. Il faut noter qu'entre 1919 et 1940, seulement trois grands groupes ont été mis sur pied dans le secteur de la radio : Taylor Pearson & Carson, le Roy Thompson Group et les Sifton[26].

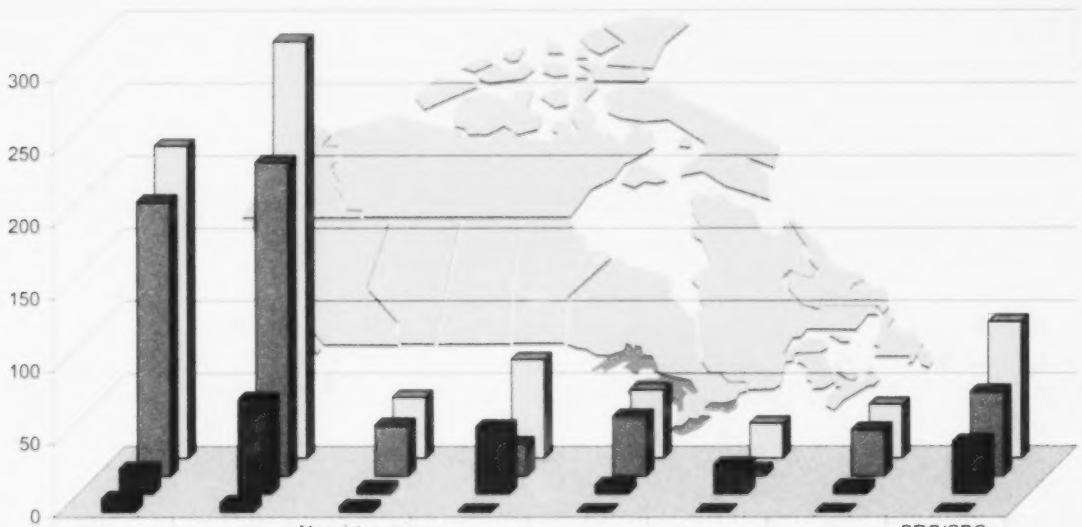
En 1932, par suite d'une recommandation de la Commission Aird, la Commission canadienne de radiodiffusion (CCR) a été créée. La CCR était chargée du développement de la radiodiffusion publique et de la réglementation de toutes les activités de radiodiffusion. La conjoncture des années 1930 a empêché le gouvernement de l'époque d'assurer un financement adéquat à la CCR. Celle-ci n'a donc pu établir que cinq stations de radio.

Les stations publiques ne suffisant pas à répondre à la demande, des radiodiffuseurs privés ont entrepris de diffuser la programmation de la CCR. La création de la SRC, qui a remplacé la CCR, a maintenu ce modèle de fonctionnement. En conséquence, en 1943, les trois réseaux de la SRC (deux de langue anglaise et un de langue française) avaient à leur disposition 10 stations publiques et 72 stations privées[27]. À l'époque, il était interdit aux stations privées de créer des réseaux, ce qui n'a toutefois pas empêché la prolifération d'un grand nombre de celles-ci.

Services

La figure 8.7 présente le nombre total de services radiophoniques de langue française et anglaise actuellement au Canada. Quelque 600 stations radiophoniques desservent les collectivités canadiennes de langue anglaise, tandis qu'environ 200 stations de radio desservent celles de langue française. La figure indique également le niveau de service dont bénéficient les collectivités s'exprimant dans une troisième langue (18) ainsi que les collectivités autochtones (37), religieuses (24) et locales (68).

Figure 8.7 Nombre total de services radiophoniques licenciés au Canada selon la langue, 2002



	AM	FM	Numériques (de transition)	Communautaires	Campus	Religieux	Autochtones	SRC/CBC (+ serv. numériques)
Troisième langue	9	6	3	0	0	0	0	0
Langue française	17	65	4	46	6	20	5	36
Langue anglaise	189	216	35	22	41	4	32	58
Total	215	287	42	68	47	24	37	94

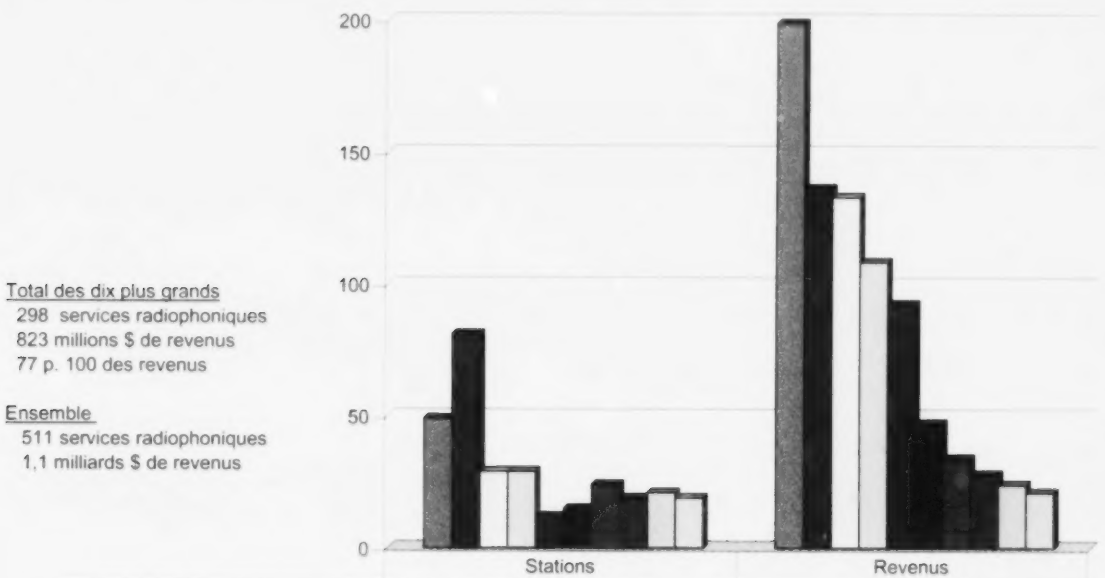
Nombre total de services radiophoniques
Langue anglaise : 597
Langue française : 199
Troisième langue : 18
Ensemble : 814

Propriété

En 1998, le CRTC a révisé sa politique sur la propriété :

> À son avis, une consolidation accrue de la propriété permettra à l'industrie de la radio de renforcer ses réalisations globales, d'attirer de nouveaux investissements et de livrer une véritable concurrence à d'autres formes de médias. Le Conseil a donc révisé sa politique concernant la propriété commune. Il est convaincu que la politique révisée permettra le développement d'une industrie de la radio renforcée, et de dissiper les préoccupations de longue date concernant la diversité des sources de nouvelles, la propriété mixte des médias et une juste concurrence.

Figure 8.8 Les dix plus grands exploitants canadiens de radio selon la propriété et les revenus, 2001

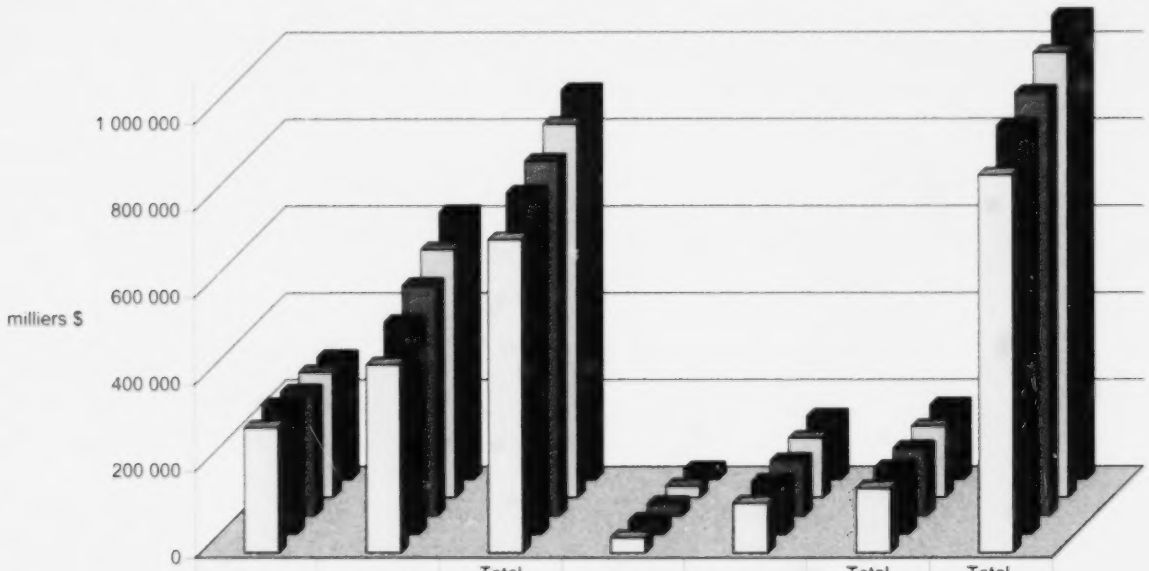


	Stations	Revenus
■ Corus Entertainment Inc.	49	199
■ Télémédia Inc.	81	136
□ Rogers Communications Inc.	29	133
□ CHUM Limited	29	108
■ Standard Broadcasting Corp. Ltd.	12	92
■ Astral Radio Inc.	15	47
■ Newcap Broadcasting Inc.	24	34
■ Jim Pattison Industries	19	28
□ Maritime Broadcasting Ltd.	21	24
□ Golden West Broadcasting	19	21

> Ainsi, dans les marchés comptant moins de huit stations commerciales exploitées dans une langue donnée, une personne peut être autorisée à posséder ou contrôler jusqu'à concurrence de trois stations exploitées dans cette langue, dont deux stations au plus sont dans la même bande de fréquences. Dans les marchés comptant plus de huit stations commerciales exploitées dans une langue donnée, une personne peut être autorisée à posséder ou contrôler jusqu'à deux stations AM et deux stations FM dans cette langue[23].

La figure 8.8 porte sur les 10 plus grands exploitants de radio du Canada. Comme elle le montre, les quatre principaux exploitants possédaient 188 stations de radio, soit 38 % de toutes les stations privées du Canada. De plus, les 10 principaux groupes ont obtenu 77 % de toutes les recettes de la radio en 2001.

Figure 8.9 Revenus de la radio commerciale AM et FM de langue française et anglaise au Canada, 1997-2001



	AM anglaise	FM anglaise	Total anglaise	AM française	FM française	Total française	Total Canada
1997	288 003	432 950	720 953	34 313	113 497	147 810	868 763
1998	297 629	489 155	786 784	31 689	121 595	153 284	940 068
1999	286 257	531 368	817 625	28 135	127 994	156 129	973 754
2000	288 397	571 253	859 650	26 460	137 329	163 789	1 023 439
2001	280 988	614 447	895 435	24 899	146 218	171 117	1 066 552

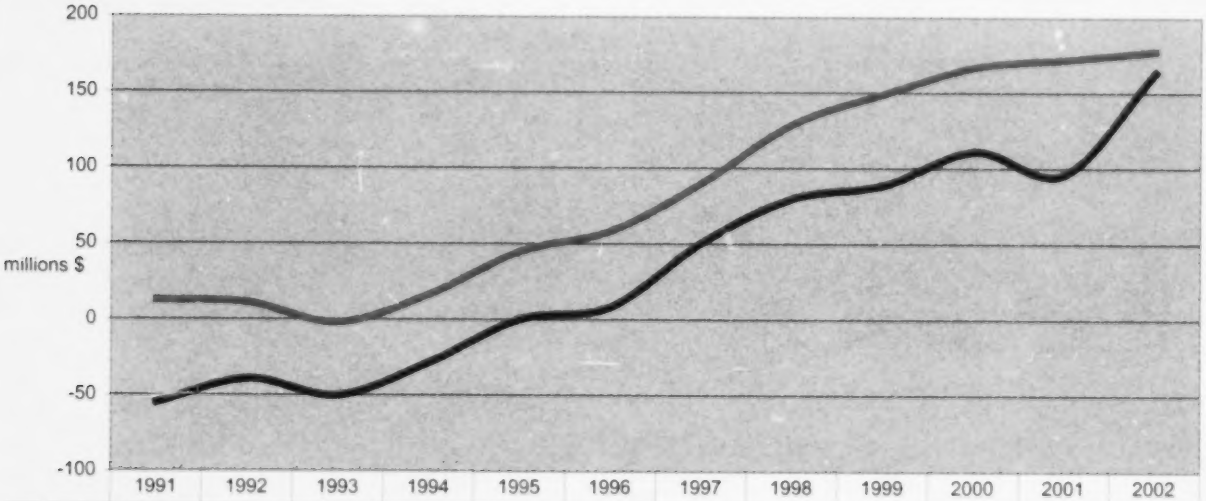
Recettes et profits

Dans son rapport de 1986, le Groupe de travail sur la politique de la radiodiffusion signale qu'un équilibre entre les intérêts commerciaux et les objectifs de la politique publique a été atteint. La rentabilité des radiodiffuseurs privés est un indice de cet équilibre.

La figure 8.9 ci-après indique que le total des recettes des stations de radio privées du Canada est en hausse depuis les quatre derniers exercices. Il montre qu'au Canada, la radio privée a produit environ 900 millions de dollars de recettes en 2001, et que les recettes des services AM sont demeurées relativement stables au cours de la période, tandis que celles des services FM ont connu une augmentation en raison de la transition de nombreuses stations AM à des fréquences FM.

Finalement, la figure 8.10 illustre les profits généraux des stations de radio privées au Canada entre 1991 et 2002. Ces données indiquent que le secteur n'était pas rentable entre 1991 et 1994. Cependant, il a accru substantiellement ses profits depuis.

Figure 8.10 Bénéfices totaux (pertes) de la radio privée au Canada, 1991-2001



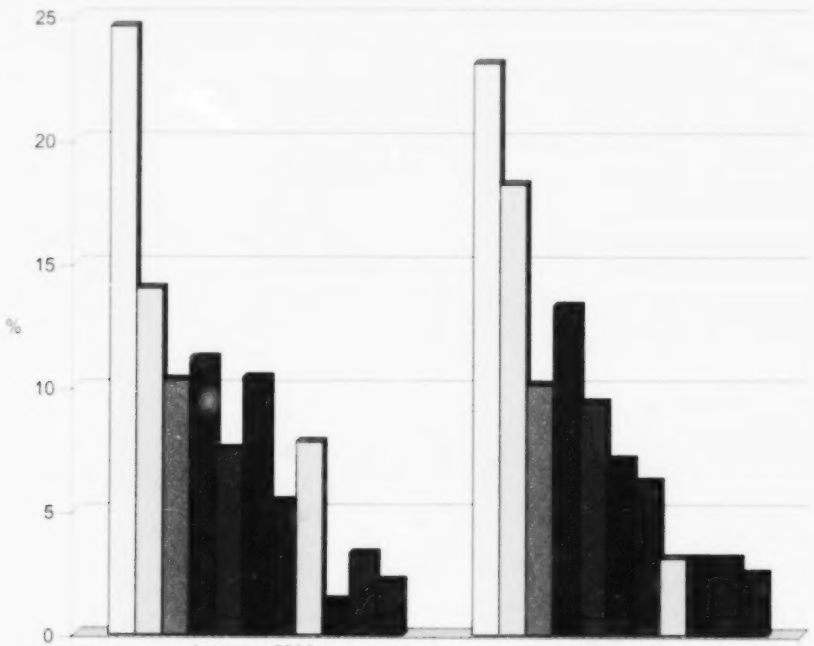
	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002
BAII	12,6	11,2	-1,9	16,4	44,9	58,5	90,2	129,1	149,1	166,9	171,9	177,4
BAI	-55	-39,4	-50,2	-28,6	0,1	8,2	50,8	80	88,9	111,1	96,2	163,4

BAII = Bénéfices avant intérêts et impôts (et avant ajustement)
BAI = Bénéfices avant impôts (mais après ajustement)

Formules radiophoniques

Comme on le dit au chapitre 4, l'évaluation des auditoires de la radio est une entreprise difficile. Une partie du problème réside dans l'absence de catégories uniformes ou établies qui décrivent les stations radiophoniques. Le fait que la programmation diffusée à la radio n'est pas classée en différents genres comme c'est le cas pour la programmation télévisuelle pose également problème. Cela signifie qu'en ce qui a trait à la radio, nous

Figure 8.11 Formules radiophoniques les plus populaires au Canada, 2000-01



	Automne 2000	Automne 2001
□ Musique contemporaine pour adultes	24,6	23,1
□ Succès souvenirs/rock	14	18,2
■ À prédominance verbale	10,3	10,1
■ Country	11,2	13,3
■ Musique contemporaine	7,5	9,4
■ SRC/CBC	10,4	7,1
■ Autres	5,4	6,2
□ Rock (album intégral)	7,8	3,1
■ Musique légère	1,4	3,1
■ Stations américaines	3,3	3,1
■ Musique de détente	2,2	2,5

ne pouvons traiter que de la formule radiophonique de la station dans son ensemble. La figure 8.11 présente les formules radiophoniques les plus populaires au cours de l'automne 2000 et de l'automne 2001. Elle montre que près du quart des auditeurs préféraient la formule radiophonique de musique contemporaine pour adultes, tandis que les stations diffusant des succès souvenirs et du rock attiraient 18 % des auditeurs de radio canadiens.

Politiques et réglementation sur le contenu canadien des stations de radio commerciales

La politique concernant la radio commerciale du CRTC a trois grands objectifs :

> ... que l'industrie de la radio soit solide et bien financée, mieux positionnée pour respecter ses obligations en vertu de la Loi et relever les défis du 21e siècle [...] assurer la meilleure place possible aux artistes canadiens [...] garantir le maintien d'une présence du français à la radio[9].

Pour atteindre ses objectifs, le Conseil impose les exigences suivantes en matière de contenu aux stations de radio commerciales :

> Au moins 35 % des pièces musicales populaires diffusées par toutes les stations de radio [de langue française et anglaise] au cours de chaque semaine de radiodiffusion doivent être des pièces canadiennes. Et de plus : Les stations de radio commerciales doivent faire en sorte que 35 % des pièces musicales diffusées entre 6 h et 18 h, du lundi au vendredi, sont canadiennes. ...
>
> Les stations de radio de langue française doivent s'assurer qu'un minimum hebdomadaire de 65 % des pièces de musique vocale populaire qu'elles diffusent sont de langue française. De plus, au moins 55 % des pièces de musique vocale populaire diffusées entre 6 h et 18 h, du lundi au vendredi, doivent être de langue française[10].

Un système appelé MAPL est utilisé pour déterminer les pièces de musique canadienne. Pour qu'une pièce soit reconnue comme de la musique canadienne, elle doit répondre à au moins deux des quatre critères suivants :

L'industrie canadienne de la musique : un succès qui mérite notre attention

En 2002, 113 musiciens canadiens ont produit des disques certifiés or, platine ou diamant. C'est une augmentation de 86 % par rapport à l'année précédente. C'est un succès remarquable compte tenu du fait que les ventes de disques compacts ont baissé et que le partage de fichiers dans Internet menace les fondements économiques de la musique.

On ne doit pas minimiser la menace qui pèse sur l'industrie, mais on doit quand même s'arrêter un moment pour réfléchir à l'énorme succès qu'a connu la musique canadienne depuis 1971.

C'est en 1971 que le CRTC a commencé à exiger des stations de radio qu'elles consacrent 30 % de leur temps d'antenne à la musique canadienne, c'est-à-dire à des pièces qui répondaient à deux de quatre critères (**m**usique, **a**rtiste, **p**roduction ou paroles **l**yriques d'origine canadienne). À l'époque, cette décision était très controversée. Existait-il suffisamment de bonne musique canadienne pour occuper l'antenne? La réponse était probablement négative. On recensait alors peu de disques canadiens et les musiciens qui avaient percé (p. ex., Joni Mitchell, Leonard Cohen, Ian et Sylvia, et Gordon Lightfoot) avaient peu de chance d'enregistrer un disque au Canada. Pour réussir au Canada, il fallait d'abord passer par New York ou Los Angeles.

Les critères du programme MAPL ont créé une demande de disques canadiens, situation qui, à son tour, a donné naissance à l'industrie canadienne de la musique. Trente ans plus tard, le Canada compte une multitude d'étoiles de la musique qui sont connues dans le monde entier. Des artistes comme Céline Dion, Shania Twain, Diana Krall, Nickleback, Avril Lavigne et 108 autres ont enregistré les disques or, platine et diamant de 2002. L'année prochaine, d'autres noms s'ajouteront à la liste.

Il est évident que l'industrie canadienne a ses problèmes. Grâce à un meilleur accès au soutien financier mondial, nos plus grandes étoiles contournent notre industrie sur la route de la gloire internationale. De plus, à moins que le problème d'Internet ne soit résolu, c'est toute l'industrie mondiale de la musique qui est à risque.

Mais le succès du programme MAPL sera mesuré chaque année, en favorisant le développement de très bons musiciens et de très bonne musique canadienne, et ce, dans tous les genres. Il est sans aucun doute l'instrument de politique le plus remarquable de l'histoire de la radiodiffusion canadienne.

M (musique) — la musique doit être composée entièrement par un Canadien.

A (artiste interprète) — la musique ou les paroles sont interprétées principalement par un Canadien.

P (production) — la pièce musicale est une interprétation en direct qui est soit enregistrée en entier au Canada, soit interprétée en entier au Canada et diffusée en direct au Canada.

L (paroles lyriques) — les paroles sont écrites entièrement par un Canadien[11].

Malheureusement, nous en savons peu sur la diffusion du contenu canadien sur les ondes des stations de radio commerciales canadiennes. En effet, sauf au moment de renouveler les licences, le CRTC ne vérifie pas dans quelle mesure une station de radio respecte la réglementation. Se basant sur des données limitées, le CRTC a déclaré en novembre 2002 que 95 % des 37 stations de radio respectaient le règlement sur la diffusion pendant la journée et 92 % respectaient le règlement sur la diffusion de 6 h à 18 h. Dans le cas des pièces de musique en français, 67 % des six stations de radio respectaient le règlement sur la diffusion pendant la journée et 67 % respectaient le règlement sur la diffusion de 6 h à 18 h[12].

Le développement des talents canadiens

Pour favoriser les talents musicaux canadiens, le CRTC a adopté une politique sur le développement des talents canadiens (DTC) en 1995[13]. Ainsi, dans le cadre des conditions dont sont assorties les licences, les stations de radio AM et FM doivent contribuer au développement des talents canadiens en prenant un engagement financier annuel à l'égard d'organismes tiers admissibles définis par l'Association canadienne des radiodiffuseurs (ACR). En 2001, on recensait plus de 350 organismes tiers admissibles aux paiements dans le cadre du DTC. Parmi les organismes admissibles, mentionnons deux fonds de musique (FACTOR et MusicAction), des organismes de musique nationaux et provinciaux, des troupes et des écoles d'arts d'interprétation ainsi que des récipiendaires de bourses afférentes[14].

Malheureusement, le CRTC ne recueille pas de données annuelles sur l'impact de sa politique sur le développement des talents canadiens. Cependant, en 2000, l'Association canadienne des radiodiffuseurs a réalisé

un sondage auprès de ses membres pour évaluer la valeur des contributions au DTC. La figure 8.12 montre les conclusions de l'ACR. Comme on peut le constater, 267 stations de radio privées ont consacré plus de 16 millions de dollars au développement des talents canadiens en 1998-1999. Selon l'ACR, ce total atteint 20 millions de dollars si l'on tient compte de l'ensemble des membres de l'ACR.

Figure 8.12 Dépenses rapportées consacrées au «développement des talents canadiens» par les diffuseurs radiophoniques privés, du 1er septembre 1998 au 31 août 1999 (267 répondants)

Catégorie/Activités	Valeur ($)
Promotion et entrevues sur les ondes (p. ex., promotion de concerts, de théâtre, de festivals, d'événements spéciaux, d'entrevues avec des artistes, de concours)	8 760 665
Concerts, présentation et commandites de groupes (sur les lieux)	5 345 425
Prix de la musique de la radio canadienne/mois	394 876
Prix Félix	87 472
Concours de talents	574 033
Compilations de disques compacts	413 429
Programmation originale (p. ex., émissions originales de station mettant en vedette un artiste canadien ou un talent local)	520 136
Conférences de l'industrie	155 550
Argent comptant, contributions, bourses, dons	61 934
Total	16 313 520

Il importe de faire remarquer que, selon l'ACR, ces dépenses sont généralement volontaires car :

> ... ce sont des engagements volontaires pris par les stations qui excèdent les exigences du CRTC dans le cadre de la condition de DTC des licences des radiodiffuseurs de radio[11].

Selon les lignes directrices dont sont convenus le CRTC et l'ACR en 1996 :

> Elles [les lignes directrices] visent à assurer que les stations de radio canadiennes dans leur ensemble versent au moins 1,8 million de dollars chaque année à des tiers admissibles voués au développement des talents canadiens[12].

Le Fonds RadioStar / Radio Starmaker Fund

Il importe de se rappeler que les stations de radio privées du Canada dépendent de l'industrie de la musique pour leur contenu. C'est pourquoi le Fonds RadioStar et le Radio Starmaker Fund ont été établis à l'automne 2000. Il s'agissait au départ d'une suggestion de l'Association canadienne des radiodiffuseurs pendant les audiences de 1997 sur la politique relative aux stations de radio commerciales. L'Association avait proposé que le critère des avantages soit remplacé par une contribution minimale à FACTOR/MusicAction et à un nouveau fonds de promotion et de mise en marché de la musique canadienne.

La Foundation to Assist Canadian Talent On Record (FACTOR)

Organisme privé sans but lucratif et stratégie de l'industrie, FACTOR contribue à la croissance et au développement de l'industrie indépendante canadienne de l'enregistrement. Le fonds aide les chanteurs et les auteurs-compositeurs à enregistrer leurs œuvres, à produire des vidéos et à partir en tournée internationale. Il appuie également les maisons de disques, les distributeurs, les producteurs, les techniciens et les réalisateurs canadiens. Ils font tous partie de l'infrastructure nécessaire pour que les artistes et l'industrie indépendante canadienne de l'enregistrement progressent sur les marchés mondiaux.

MusicAction

Organisme sans but lucratif, MusicAction a été mis sur pied en août 1985 sur l'initiative des professionnels québécois de la radio, de l'enregistrement et du divertissement. Il a pour objectif premier de favoriser le développement de la musique vocale francophone en appuyant la production, la mise en marché et la promotion de bons disques. Les projets de musique internationale et de musique classique et instrumentale sont également admissibles. MusicAction encadre en quelque sorte l'industrie indépendante canadienne de l'enregistrement.

Le CRTC a appuyé l'idée de l'Association canadienne des radiodiffuseurs et lui a demandé de mettre au point une proposition en collaboration avec la Canadian Independent Record Production Association, l'Association de l'industrie canadienne de l'enregistrement et l'Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo. Le Radio Starmaker Fund est destiné à l'industrie de la musique de langue anglaise, tandis que le Fonds RadioStar s'adresse aux artistes canadiens de langue française. Les deux fonds sont financés par une taxe de 3 % de la valeur de toutes les transactions impliquant des stations de radio rentables. Fonctionnant depuis l'automne 2001, ils ont jusqu'à présent versé plus de 4,2 millions de dollars aux artistes canadiens. On prévoit que les fonds continueront d'appuyer les artistes canadiens au même rythme pendant encore 8 à 10 ans.

Les fonds devraient « avoir un effet considérable et perceptible sur la carrière de l'artiste » en offrant un investissement supplémentaire à l'artiste qui possède déjà un dossier solide ou dont la maison de disques investit substantiellement dans sa future carrière[7]. L'argent doit donc compléter les investissements déjà engagés dans la promotion et la mise en marché des artistes canadiens.

Les fonds appuient les nouveaux artistes prometteurs de toutes les régions du Canada. L'objectif est de dépenser l'argent de façon à faire une différence. C'est pourquoi l'argent n'est pas dépensé de manière parcimonieuse sur un grand nombre de projets, mais plutôt à investir massivement dans quelques projets pour aider les artistes à percer et à devenir des étoiles. Le but ultime est de contribuer à accroître le nombre de bonnes pièces musicales canadiennes qui peuvent tourner à la radio.

En vertu du processus de demande, l'artiste et sa maison de disques doivent soumettre conjointement une demande pour chaque projet. Un gérant ou un publiciste peut soumettre une demande conjointement avec un artiste, à condition qu'on prouve qu'un investissement non récupérable est fait dans la carrière de l'artiste.

Ce que les témoins ont dit

Peu de témoins ont parlé des stations de radio privées; lorsqu'ils ont parlé de la radio, c'était généralement dans le cadre de discussions sur l'état de la SRC/CBC, la radio communautaire et les droits d'auteur. Ces points sont abordés dans les chapitres 6, 9 et 13 respectivement.

Lorsque la ministre du Patrimoine canadien, l'honorable Sheila Copps, a comparu devant le Canada, elle a fait remarquer que les règles sur le contenu canadien à la radio ont « aidé à créer un succès extraordinaire à l'échelle nationale et internationale pour l'industrie de la musique du Canada »[*]. Plusieurs témoins étaient d'accord avec elle. M. Glenn O'Farrell, président et chef de la direction de l'Association canadienne des radiodiffuseurs, a déclaré au Comité :

> La ministre du Patrimoine canadien et ses fonctionnaires ont prouvé leur engagement à l'endroit de l'épanouissement de la musique populaire canadienne grâce au Fonds canadien pour la musique mais également, la chose est intéressante, par le biais de la *Loi sur l'investissement* [...] Nous nous en félicitons. Il s'agit là d'importantes retombées qui, ajoutées de façon stratégique aux investissements publics et privés, feront toute la différence au niveau de notre production culturelle. [...] Nous avons au Canada de très grandes vedettes du monde de la musique et de la chanson, française et anglaise, et nous ne manquons pas de choix dans tous les genres musicaux qui peuvent être diffusés à la radio[*].

Pour sa part, M. Mark Maheu, vice-président et directeur général de CFRA / KOOL-FM, a affirmé que la démarche du Canada en matière de réglementation, de marketing et de promotion a produit « quelques très grosses vedettes comme Céline Dion, Éric Lapointe, les Barenaked Ladies et Shania Twain, mais également des étoiles montantes comme Nellie Furtado, Kevin Parent et Sum 41 »[*].

Cependant, ce n'est pas seulement la réglementation qui a permis à de nombreux artistes canadiens d'atteindre la gloire sur les marchés nationaux et internationaux. Comme M. Claude Gagné, représentant de Télémédia, a souligné au Comité, des défis précis ont obligé les radiodiffuseurs privés à élaborer de nouvelles stratégies pour encourager le développement des talents :

> Il y a presque 30 ans que le règlement sur la radio FM a pris effet afin de donner un cadre réglementaire à la radio FM émergente. [...] À l'époque, [...] un radiodiffuseur pouvait combler la moitié de sa programmation francophone avec des répertoires d'Europe et d'ailleurs. [...] Parallèlement, la musique québécoise a aussi connu un boom incroyable qui a vu naître Beau Dommage, Harmonium, Charlebois et combien d'autres encore qui ont donné au Québec une industrie florissante et dynamique dans l'univers unique nord-américain.

> Avec le temps, mais surtout au cours des dix dernières années, cette donne a changé. La France produit infiniment moins qu'avant [...] Pour remédier à la diminution de sources musicales de qualité, les radiodiffuseurs ont dû trouver eux-mêmes des solutions. La résultante a mené à un star-système québécois qui a ses propres stars, ses honneurs et ses institutions. Ceci s'est fait avec la complicité du public québécois et canadien qui tient à ses artistes d'ici. Les nombreux instruments de recherche à la disposition des radiodiffuseurs nous le confirment : le public canadien aime les artistes canadiens. Voilà toute la force du système de radiodiffusion canadien. Les radiodiffuseurs ont été les premiers à comprendre la nécessité de donner aux artistes débutants l'occasion d'assurer la relève de son industrie en faisant la promotion de spectacles, festivals, CD, en attribuant des billets en ondes, en créant des concerts intimes exclusifs du genre *unplugged* et combien de milliers d'autres initiatives pour donner à la relève les outils nécessaires pour croître, produire, vendre et produire de nouveau[41].

Ces succès ne doivent pas être interprétés comme étant le signe que tout va bien dans le monde de la radio canadienne. Au contraire, comme M. Mark Maheu l'a dit :

> [...] certains genres musicaux de première importance comme la musique contemporaine pour adultes et le rock classique, le choix est encore trop limité et les grandes vedettes sont encore trop peu nombreuses pour permettre la diffusion continue sans trop de répétition d'œuvres canadiennes à la radio, où le seuil du contenu canadien est de 35 % pour la plupart des genres musicaux populaires.
>
> Certains genres musicaux posent des problèmes de contenu lorsque les principales vedettes qui enregistrent des disques interrompent leur carrière. En outre, lorsqu'elles reprennent trop vite le chemin des studios, il leur arrive de devenir trop rapidement victimes d'épuisement professionnel, comme on l'a vu récemment dans le cas d'artistes comme Amanda Marshall et les Tragically Hip[42].

Partageant cet avis, M. Claude Gagné a ajouté :

> Quelle fierté pour nous tous de voir toute cette panoplie d'artistes occuper une place aussi importante en France : Garou, Lynda Lemay, Isabelle Boulay, Natasha St-Pier et, avant eux, Céline Dion et Roch Voisine. C'est grâce au star-système québécois et aux radiodiffuseurs privés que ces artistes sont passés de gens méconnus à des superstars en si peu de temps.

> Mais le système est fragile, et sa dynamique a aussi ses risques, des risques de surexposition et de surdépendance. [...] Les exigences relatives au contenu francophone et canadien ne tiennent malheureusement pas compte des baisses de production ou des vagues musicales créatives moins généralistes. Lorsqu'une station comble le 65 % du contenu francophone de matériel essentiellement québécois, son contenu canadien peut atteindre 50 %, exacerbant davantage la problématique de la surexposition. Le public adulte aime des airs familiers et connus, alors que le public plus jeune aime la nouveauté. La répétition excessive de l'un et l'absence de l'autre peuvent causer une baisse d'écoute, quand ce n'est pas carrément l'abandon qu'ils provoquent. Cela n'est dans l'intérêt de personne[41].

Avec ses préoccupations en tête, certains témoins ont avancé qu'il est maintenant temps de revoir le cadre réglementaire imposé à la radio canadienne. Par exemple, selon M. Mark Maheu :

> Ce que je veux faire valoir, c'est qu'il nous faut des formules nouvelles pour pouvoir continuer à bâtir une industrie musicale robuste au Canada, une industrie capable d'attirer les auditeurs et les consommateurs canadiens. L'essentiel de ce que nous avons déjà fait au niveau de la réglementation, du marketing et de la promotion nous a réussi, mais nous pourrions faire davantage pour favoriser un épanouissement meilleur encore de la radio et de la musique au Canada[42].

Et M. Claude Gagné de poursuivre :

> C'est pour cela que la période est si propice à la révision de ce qui a bien fonctionné pour les artistes canadiens et de ce qui pourrait mieux fonctionner, et qu'elle est propice aussi à l'étude d'initiatives qui peuvent inspirer et inciter les radiodiffuseurs à faire davantage ou différemment. Enfin, assurer que radiodiffuseurs et artistes prospèrent et évoluent ensemble ne peut se faire au détriment de l'un pour le bénéfice de l'autre[43].

De son côté, M. J.J. Johnston, directeur général et vice-président de la programmation, Corus Entertainment inc., a suggéré deux solutions : « Il faut commencer par donner davantage de temps d'antenne aux nouveaux artistes et commencer à considérer des œuvres musicales jouées par des artistes canadiens comme du contenu canadien »[44]. Pour ce faire, il a proposé que le système MAPL soit revu pour encourager les stations de radio à consacrer plus de temps d'antenne aux nouveaux artistes canadiens. Il s'est expliqué :

> ... dans sa version actuelle, il faut deux points pour pouvoir compter comme œuvre canadienne. Cela a donné pour résultat que très souvent, un contenu joué par des Canadiens n'est pas compté parmi les sélections canadiennes. Par exemple, il est arrivé que certains enregistrements d'artistes canadiens comme Céline Dion, Neil Young et Ronnie Hawkins ne soient pas considérés comme du contenu canadien.
>
> Par contre, certains enregistrements réalisés par des artistes non canadiens comme Rod Stewart et Aerosmith ont été considérés comme contenu canadien. Pour élargir la gamme des enregistrements canadiens disponibles dans plusieurs genres musicaux diffusés à la radio, nous devons faire passer de un à deux points le nombre de points accordés aux artistes, ce qui permettrait donc aux enregistrements effectués par des artistes canadiens de compter comme contenu canadien, une méthode qui a fait ses preuves pour le cinéma dans le cas des longs métrages, et qui est également utilisée actuellement par le BCPAC[47].

Tenant compte de ces points, M. Glenn O'Farrell, s'adressant au nom de l'Association canadienne des radiodiffuseurs, a formulé la recommandation suivante :

> ... nous recommandons à la ministre du Patrimoine canadien de demander au CRTC d'encourager, par la voie de la réglementation, la production de musique canadienne et le développement de vedettes, de deux façons. La première, comme nous l'avons déjà dit, serait d'attribuer des primes lors de la diffusion à la radio de nouveaux artistes canadiens tant dans le cas de la musique vocale de langue française que de langue anglaise. Chaque nouvelle pièce jouée par une station radio, durant les 12 premiers mois de sa parution, compterait pour 1,5 sélection lors du calcul du 35 % du contenu canadien. Il faudrait également moderniser les règles de définition du contenu canadien pour permettre d'accorder deux points lorsque l'interprète d'une chanson est canadien[48].

Solutions proposées

De façon générale, le Comité reconnaît les réalisations de l'industrie canadienne de la radio. Cela dit, le Comité est très inquiet de la santé à long terme de ce secteur. Par conséquent :

RECOMMANDATION 8.1 :

Le Comité recommande que le ministère du Patrimoine canadien crée un comité composé d'intervenants de l'industrie de la radio pour étudier et déterminer le degré de succès du programme MAPL. Cette étude devrait comporter un examen des définitions du contenu canadien et de la façon dont le programme peut favoriser le développement des nouveaux artistes.

Le Comité est aussi troublé par l'absence de données utiles sur la radio au Canada. Il juge inacceptable que le CRTC ne recueille pas de données plus complètes sur l'industrie de la radio et qu'il ait permis sur l'initiative de développement des talents canadiens de fonctionner sans mécanisme de rapport officiel depuis 1996. Par conséquent :

RECOMMANDATION 8.2 :

Le Comité recommande que le ministère du Patrimoine canadien, en collaboration avec le CRTC et les intervenants de l'industrie de la radio, élabore une stratégie pour surveiller dans quelle mesure les objectifs de la politique publique relative à la radio canadienne sont atteints et en faire rapport tous les ans.

Le Comité estime qu'un tel rapport devrait renfermer des données sur le temps d'antenne accordé à la musique et aux émissions de radio canadiennes (p. ex., les nouvelles locales, les émissions autres que les nouvelles, les émissions d'affaires publiques, communautaires) et des renseignements complets sur la façon dont l'argent est investi pour aider au développement des talents canadiens. L'étude devrait aussi comprendre un rapport annuel sur le programme MAPL ou son successeur.

D. Télévision

Tel qu'il est mentionné au chapitre 2, la télédiffusion au Canada a officiellement commencé en 1952 avec le lancement des stations de la CBC à Montréal et à Toronto. Au départ, chaque marché canadien ne comptait qu'une station, publique ou privée, qui devait diffuser la programmation nationale fournie par la SRC. Toutefois, il est devenu apparent que les Canadiens voulaient davantage de stations et d'émissions.

Au cours des 10 années qui ont suivi son avènement, la télévision a connu une croissance phénoménale au Canada. En 1961, il existait 68 stations de télévision, dont 9 appartenaient à la SRC et 59 à des entreprises privées. Il y avait aussi 55 stations réémettrices, dont 8 appartenaient à la SRC et 47 à des entreprises privées.

Au début des années 1960, les réseaux privés un peu partout au Canada possédaient des licences : le réseau de langue anglaise Canadian Television Network (CTV) en 1961; les Télé-Diffuseurs Associés (TVA) du Québec en 1971; Global de l'Ontario en 1974.

Aujourd'hui, on compte cinq réseaux nationaux, dont trois de langue anglaise (CBC, CTV et CanWest Global Communications) et deux de langue française (SRC et TVA). Il existe aussi plusieurs réseaux régionaux dirigés par CHUM, TQS et Craig Broadcasting Group.

Services

La figure 8.13 montre la portée des services canadiens de télévision en 2002.

Selon les données obtenues, près de 500 services de télévision sont offerts en anglais, plus de 100 en français et 27 dans une troisième langue. Quelque 250 chaînes communautaires complètent le tableau. La figure montre aussi que les Canadiens ont accès à plus de 90 stations de télévision étrangères.

La petite histoire de CHUM

Lorsque Citytv est entrée en ondes pour la première fois en 1972, elle ne ressemblait à aucune autre station de télévision. Dotée d'un transmetteur UHF de faible puissance et d'équipement léger, elle a été la première station à reconnaître les réalités de l'ère de la câblodistribution et à adopter la culture urbaine et son style particulier.

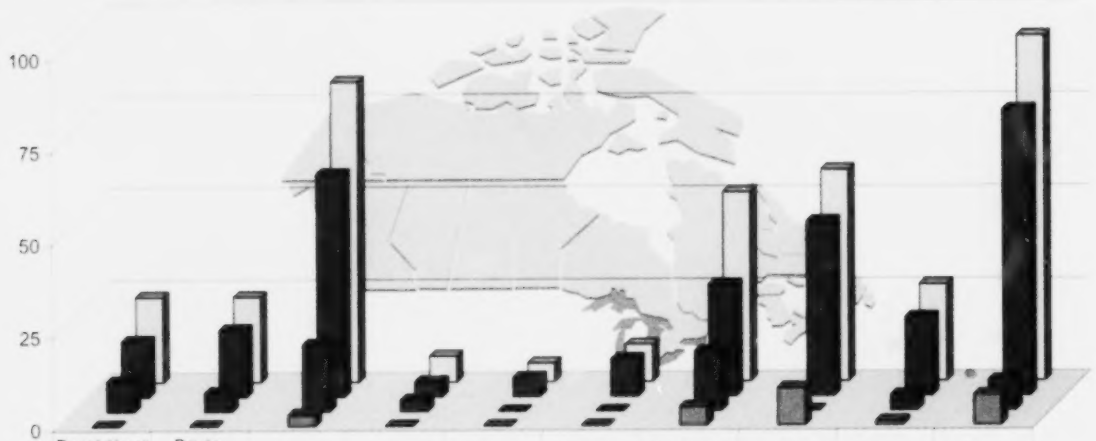
Lors de son ouverture à Toronto en 1987, l'édifice CHUMCity a révolutionné le modèle de la télévision. Hébergeant Citytv et les chaînes spécialisées de CHUM, l'édifice ne renferme aucun studio de télévision traditionnel. Chaque espace de l'édifice est un studio potentiel. Les caméras et les microphones sont portables et comptent sur un réseau de 35 prises pour transmettre leurs signaux aux salles de contrôle qui forment Citytv, MuchMusic, MuchMoreMusic, Space et les autres chaînes qui diffusent à partir de l'édifice.

Les animateurs travaillent sans script et se déplacent librement d'un endroit à l'autre. Les caméramans les suivent, fournissant ainsi des séquences vidéo sans aucun montage. Des musiciens célèbres jouent en direct dans le studio fenêtré qui donne sur la rue, leurs fans se trouvant seulement à quelques pieds d'eux, tandis que d'autres regardent à travers la grande vitrine de l'édifice. À l'extérieur de l'immeuble, des vidéographes interviewent leurs invités, la caméra perchée sur l'épaule, les regardant à travers l'objectif. Selon Moses Znaimer, fondateur de CHUM, l'édifice fait partie du décor.

Le succès de la formule de « la télévision en direct, locale et interactive » créée par Citytv est confirmé par son adoption partout dans le monde. C'est la formule des huit stations de CHUM au Canada mais aussi celle de Citytv Bogota, Citytv Barcelona, MuchMusic Argentina, MuchUSA et de Jyrki, « la station au sein d'une station », qui fait partie de MTV3 de la Finlande.

Ne se reposant pas sur ses lauriers, CHUM est récemment devenu le premier groupe de télévision au Canada à offrir régulièrement des émissions de télévision interactives. Citytv est aussi devenue la première station à obtenir une licence de télévision numérique au pays. CHUM continue d'explorer de nouveaux horizons.

Figure 8.13 Nombre total de services de télévision offerts selon la langue et le type, 2002



	Possédés et exploités par la SRC	Privés, affiliés à la SRC	Privés, commerc.	Éducatifs	Religieux	Autoch-tones	Spécialisés, payants	Analo-giques	Numériques	Étrangers
Troisième langue	0	0	3	0	0	0	5	10	1	8
Langue française	8	5	18	3	0	0	16	0	4	8
Langue anglaise	15	18	60	4	5	10	30	47	21	77
Total	23	23	81	7	5	10	51	57	26	93

Nombre total de services de télévision
Langue anglaise : 484
Langue française : 109
Troisième langue : 27
Ensemble : 610

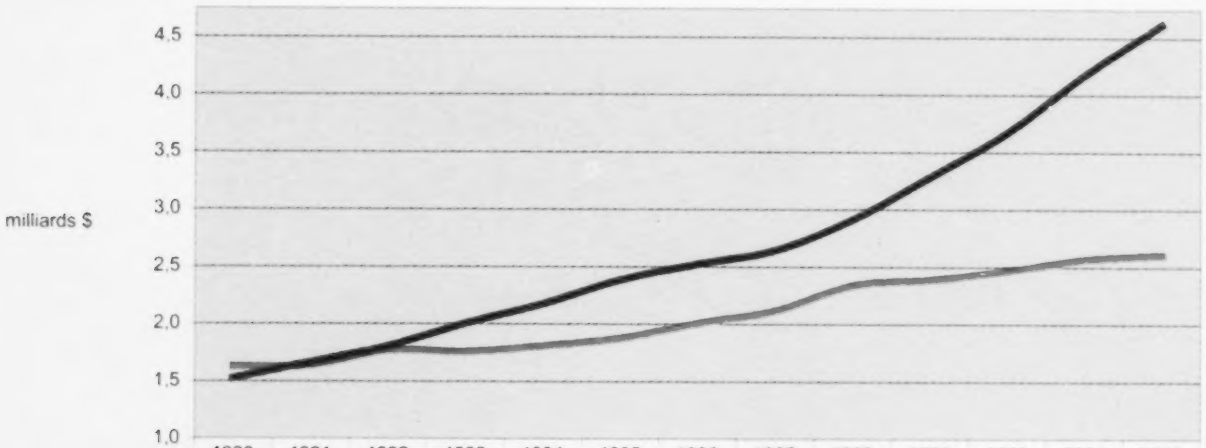
(Remarque : L'ensemble inclut 47 services communautaires de langue française et 197 services communautaires de langue anglaise.)

Recettes et profits

Les radiodiffuseurs privés tirent la majorité de leurs recettes de la publicité et des abonnements. La figure 8.14 montre les recettes de la publicité et des abonnements du système de télévision canadien (télévision traditionnelle, services spécialisés, télévision payante et VSD) de 1990 à 2001[10]. La figure révèle l'importance accrue des recettes provenant des abonnements pour le système de radiodiffusion d'aujourd'hui. Elle montre que les recettes d'abonnements ont dépassé celles tirées de la publicité en 1990 et que l'écart s'est agrandi depuis.

Il est utile de souligner qu'une portion des recettes de publicité découle de la substitution de signaux identiques (voir l'encadré ci-dessous), une pratique par laquelle les messages publicitaires américains sont remplacés

Figure 8.14 Revenus de publicité et d'abonnement pour la télévision et la distribution de services de radiodiffusion au Canada, 1990-2002



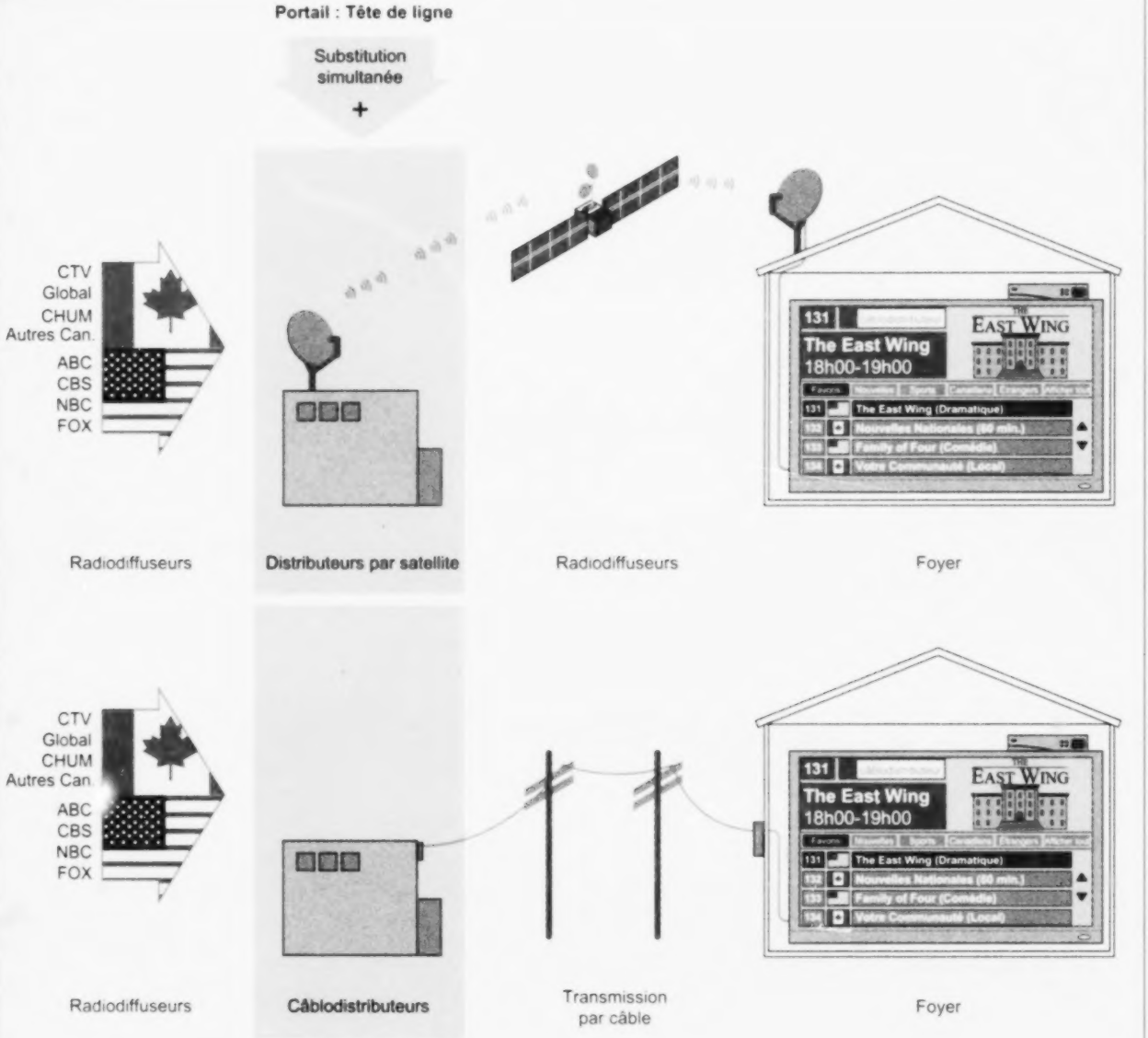
	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002
Publicité	1,62	1,63	1,76	1,75	1,8	1,87	2	2,11	2,33	2,38	2,46	2,56	2,6
Abonnements	1,52	1,66	1,8	2	2,17	2,38	2,52	2,64	2,91	3,28	3,67	4,17	4,61

par des messages publicitaires canadiens pendant la diffusion simultanée d'un signal ou d'une émission d'un réseau américain pour lequel un radiodiffuseur canadien a payé des droits. Bien qu'on ne s'entende pas sur la valeur exacte de la substitution de signaux identiques, l'Association canadienne des radiodiffuseurs a suggéré, dans un mémoire soumis au CRTC en 1998, que cette politique représente 150 millions de dollars par année en recettes publicitaires[1].

Substitution de signaux identiques

La substitution de signaux identiques, présente au Canada depuis 1976, est un exemple de l'utilisation de la technologie en vue de protéger la stabilité financière de la radiodiffusion canadienne. Les radiodiffuseurs canadiens achètent souvent les droits canadiens pour des programmes de télévision américains et diffusent ces programmes en même temps qu'ils sont diffusés sur les réseaux des États-Unis. En vertu des règlements concernant la substitution de signaux identiques, un réseau peut demander que les entreprises de distribution de radiodiffusion (EDR) remplacent la publicité sur un réseau américain par la publicité du réseau canadien pour ce programme. Par exemple,

Figure 8.15 Substitution simultanée : comment utiliser la technologie afin de protéger la valeur de la radiodiffusion canadienne anglaise

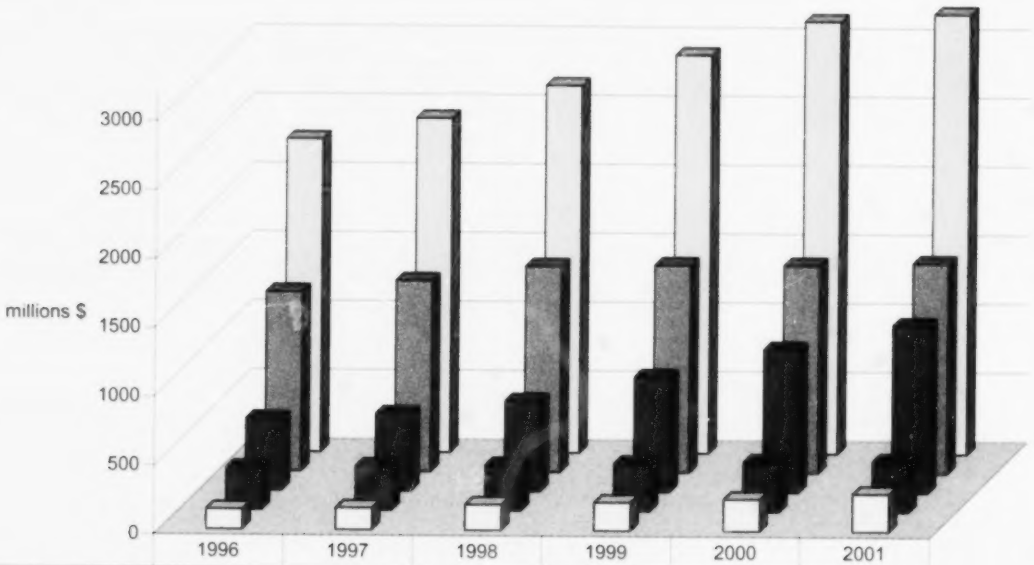


le programme *Law & Order* peut être diffusé le mardi à 21 h aux réseaux CTV et NBC, alors que les téléspectateurs canadiens voient les annonces de CTV aux deux postes.

Les programmes des États-Unis ne font pas tous l'objet de substitution de signaux identiques. On demande la substitution seulement si un télédiffuseur canadien diffuse le même programme à la même heure. Les règlements ne s'appliquent toutefois pas aux plus petits réseaux EDR. Toutefois, la substitution de signaux identiques couvre la plupart des programmes des É.-U diffusés sur les principaux marchés au Canada.

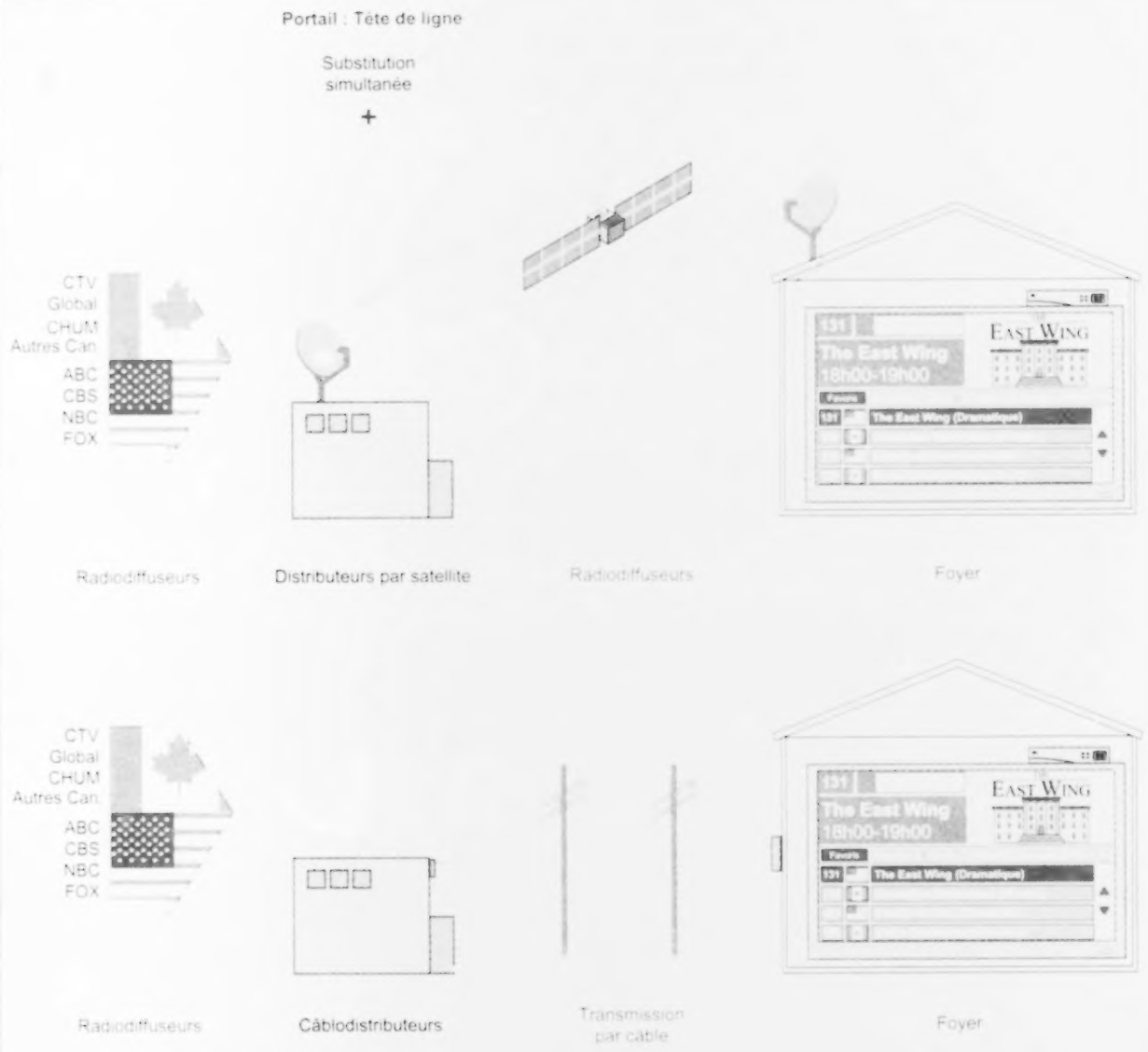
La figure 8.16 présente les recettes des services de télévision privés traditionnels et celles des services payants et spécialisés pour la période de 1996 à 2001. De façon générale, les recettes de la télédiffusion canadienne ont augmenté de plus de 1 milliard de dollars, passant de 2,3 à 3,4 milliards de dollars entre 1996 et 2001. La figure montre également une croissance de tous les secteurs.

Figure 8.16 Revenus des services privés conventionnels, payants et spécialisés de la télévision de langue française et anglaise, 1996-2001



	1996	1997	1998	1999	2000	2001
Français : payants et spécialisés	143	156	184	203	230	272
Français : privés conventionnels	304	320	329	347	361	366
Anglais : payants et spécialisés	521	561	658	834	1 040	1 219
Anglais : privés conventionnels	1 301	1 387	1 496	1 509	1 510	1 528
Total	2 269	2 424	2 667	2 893	3 141	3 385

Figure 8.15 Substitution simultanée : comment utiliser la technologie afin de protéger la valeur de la radiodiffusion canadienne anglaise

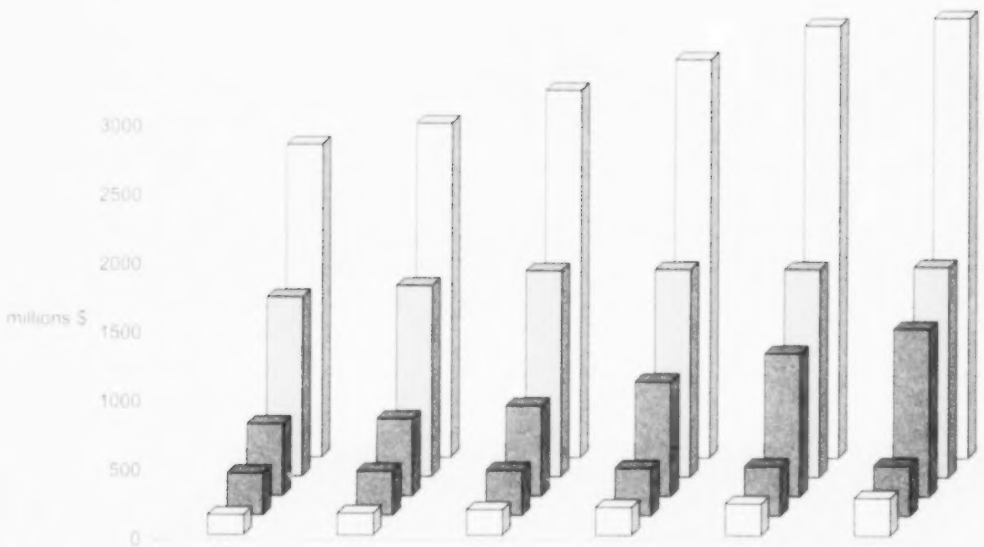


le programme *Law & Order* peut être diffusé le mardi à 21 h aux réseaux CTV et NBC, alors que les téléspectateurs canadiens voient les annonces de CTV aux deux postes.

Les programmes des États-Unis ne font pas tous l'objet de substitution de signaux identiques. On demande la substitution seulement si un télédiffuseur canadien diffuse le même programme à la même heure. Les règlements ne s'appliquent toutefois pas aux plus petits réseaux EDR. Toutefois, la substitution de signaux identiques couvre la plupart des programmes des É.-U diffusés sur les principaux marchés au Canada.

La figure 8.16 présente les recettes des services de télévision privés traditionnels et celles des services payants et spécialisés pour la période de 1996 à 2001. De façon générale, les recettes de la télédiffusion canadienne ont augmenté de plus de 1 milliard de dollars, passant de 2,3 à 3,4 milliards de dollars entre 1996 et 2001. La figure montre également une croissance de tous les secteurs.

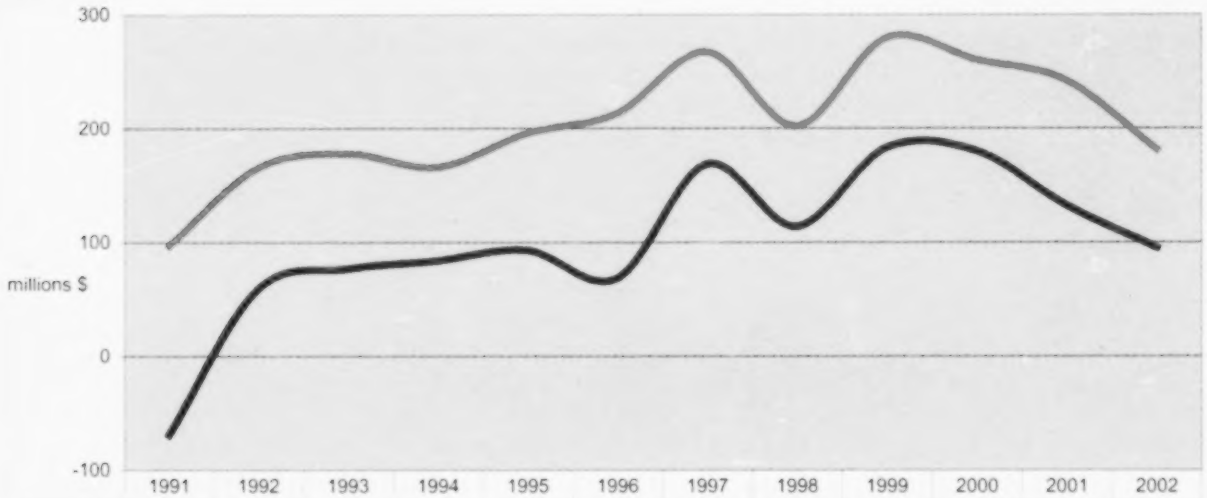
Figure 8.16 Revenus des services privés conventionnels, payants et spécialisés de la télévision de langue française et anglaise, 1996-2001



	1996	1997	1998	1999	2000	2001
Français : payants et spécialisés	143	156	184	203	230	272
Français : privés conventionnels	304	320	329	347	361	366
Anglais : payants et spécialisés	521	561	658	834	1 040	1 219
Anglais : privés conventionnels	1 301	1 387	1 496	1 509	1 510	1 528
Total	2 269	2 424	2 667	2 893	3 141	3 385

Les figures 8.17 et 8.18 montrent les BAII et les BAI des stations commerciales de télévision et des services de télévision payante et spécialisée de 1991 à 2002. Dans l'ensemble, la rentabilité des services de télévision payante et spécialisée a augmenté au cours de la période. Les figures indiquent que les bénéfices avant impôts dans le domaine de la télévision fluctuaient grandement pendant cette période. Par exemple, les services de télévision conventionnelle ont enregistré des pertes de près de 70 millions de dollars en 1991 et des bénéfices de 182,7 millions de dollars en 1999. Pour leur part, les services de télévision payante et spécialisée sont passé de 37,3 millions de dollars en 1996 à 194,9 millions de dollars en 2001.

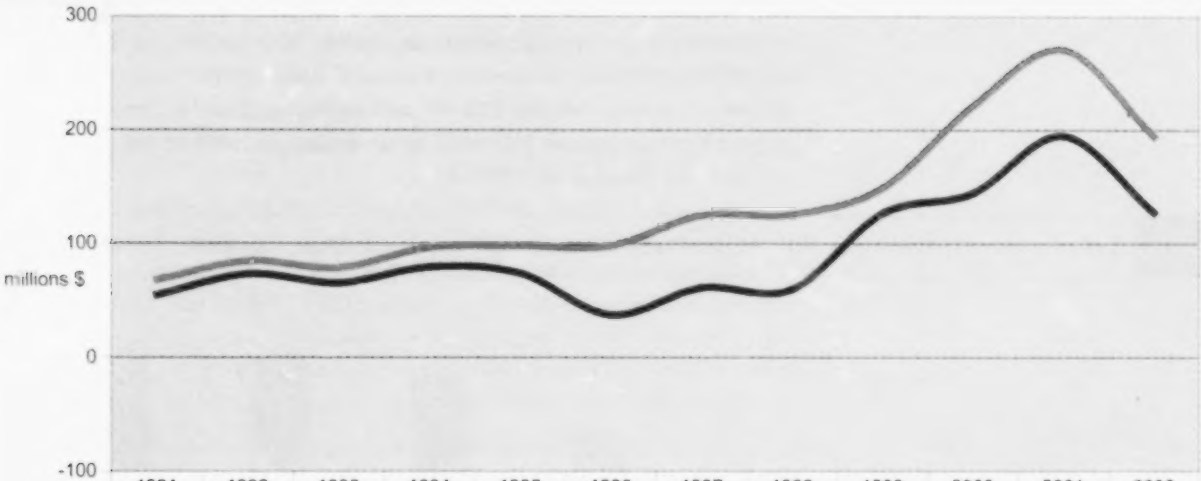
Figure 8.17 Bénéfices totaux (pertes) de la télévision privée canadienne, 1991-2002



	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002
BAII	97,5	165,9	177,9	166	196	213,3	267,1	202,3	279,6	260,3	241,9	181,8
BAI	-69,2	59	76,7	83,7	92,9	68,4	168,4	113,7	182,7	179,8	132	95

BAII = Bénéfices avant intérêts et impôts (et avant ajustement)
BAI = Bénéfices avant impôts (mais après ajustement)

Figure 8.18 Bénéfices totaux des services de télévision payants et spécialisés, 1991-2002



	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002
BAII	68,5	85,1	78,9	96,9	98,4	98,5	125,2	126,3	149,5	221,9	270,9	195,4
BAI	54,8	73,1	65,4	79,6	74	37,3	61,4	60,1	126,8	144,6	194,9	127,9

BAII = Bénéfices avant intérêts et impôts (et avant ajustement)
BAI = Bénéfices avant impôts (mais après ajustement)

Dépenses admissibles au titre des émissions canadiennes et étrangères

Avant le 1er septembre 2000, les radiodiffuseurs privés du Canada devaient consacrer aux émissions canadiennes un certain montant annuel établi en fonction de leurs recettes globales. Le CRTC a laissé tomber cette exigence le 11 juin 1999 lorsqu'il a publié sa nouvelle politique en matière de télévision. Il a justifié cette mesure comme suit :

> Le système canadien de radiodiffusion évolue dans un environnement de plus en plus compétitif. Dans ce contexte, les titulaires ont besoin de la souplesse requise pour attirer le plus vaste auditoire possible et continuer à accroître leurs recettes publicitaires. Le Conseil croit que, dans ces conditions, les titulaires exigeront des émissions de haute qualité pour fidéliser les auditoires.
>
> Le Conseil se préoccupe du fait que les présentes exigences en matière de dépenses sont fort complexes et n'offrent pas toujours aux titulaires la latitude requise pour adapter leurs stratégies de programmation à la compétition du marché. De plus, l'inquiétude concernant l'équité de l'application des exigences relatives aux dépenses a commencé à en contrebalancer les bénéfices[3].

La figure 8.19 montre les dépenses globales en matière d'émissions canadiennes pour la période de 1997 à 2001. Regroupés, les radiodiffuseurs privés traditionnels de langue anglaise du Canada ont dépensé en moyenne, au cours de la période, 400 millions de dollars par année pour produire du contenu canadien. Pour leur part, les services de télévision payante et spécialisée de langues anglaise et française ont dépensé en tout plus de 500 millions de dollars en 2002, soit le double de ce qu'ils ont dépensé en 1997.

Figure 8.19 Total des dépenses admissibles au titre de programmation canadienne pour tous les radiodiffuseurs canadiens, 1997-2001

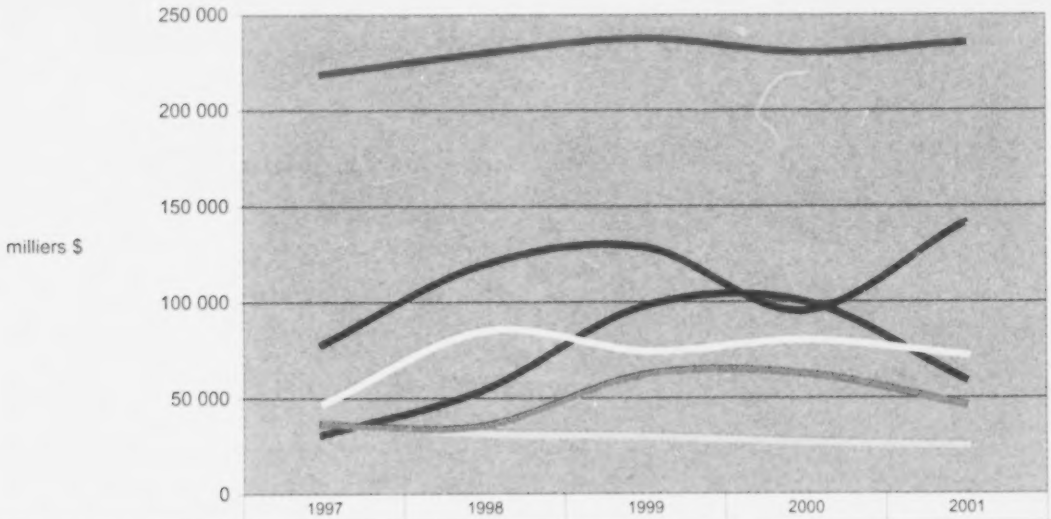
	1997	1998	1999	2000	2001
Troisième langue : payants et spécialisés	5 718	7 350	7 842	8 346	9 062
Français : payants et spécialisés	60 828	77 710	82 551	93 107	109 059
Français : SRC et privés conventionnels	254 534	267 653	303 989	329 887	296 403
Anglais : payants et spécialisés	198 739	226 668	320 921	374 803	428 173
Anglais : CBC	203 755	311 355	353 041	324 295	299 545
Anglais : privés traditionnels	367 172	417 516	403 377	393 638	394 810

La figure 8.19 montre également que les dépenses totales au titre des émissions canadiennes n'ont pas été réduites de 1997 à 2001. Au contraire : elles ont progressé d'environ 450 millions de dollars, passant

de un milliard de dollars en 1997 à plus de 1,5 milliard de dollars en 2001. Cependant, comme on le verra, on constate des variations substantielles entre les diverses catégories de radiodiffuseurs. Par exemple, les dépenses des services de télévision payante et spécialisée de langue anglaise ont plus de doublé entre 1997 et 2001. À la même époque, les services de télévision conventionnelle (de langues française et anglaise) ont connu des hausses modérées seulement.

Cette croissance est particulièrement frappante lorsqu'on songe que le marché international de production d'émissions s'est replié après la débâcle de Vivendi Universal, de KirchMedia en Allemagne et de Checchi Gori en Italie. Par ailleurs, l'Association canadienne de production de film et télévision note qu'aux États-Unis, « le regroupement des réseaux et des grands studios a mené à une augmentation de la production interne, qui a fait s'affaisser le marché pour les créateurs indépendants de ce pays et d'ailleurs »[11].

Figure 8.20 Total des dépenses admissibles des réseaux conventionnels canadiens de langue anglaise pour les émissions canadiennes de nouvelles, de sports et dramatiques / d'humour, 1997-2001



	1997	1998	1999	2000	2001
Nouvelles : privés conventionnels	218 621	229 512	237 223	229 931	235 149
Nouvelles : CBC	30 719	53 790	97 606	100 047	59 200
Sports : privés conventionnels	36 281	31 426	29 901	26 727	24 952
Sports : CBC	77 935	119 302	128 455	95 031	141 046
Dramatiques/humour : privés conventionnels	47 576	85 211	74 450	80 229	72 270
Dramatiques/humour : CBC	35 945	35 325	62 016	62 407	46 212

La figure 8.20 ci-après donne des précisions sur les sommes que les radiodiffuseurs traditionnels du Canada consacrent aux émissions canadiennes s'adressant aux auditoires de langue anglaise. Les réseaux privés dépensent toujours environ 225 millions de dollars par année pour les émissions de nouvelles et environ 25 à 35 millions de dollars pour les émissions de sport. En ce qui concerne les dramatiques et les émissions d'humour, les dépenses des radiodiffuseurs privés traditionnels se situaient dans l'ensemble dans la fourchette de 47 à 80 millions de dollars.

Plusieurs circonstances nationales et internationales récentes qui ont eu un impact sur le cycle de production et de développement des émissions de télévision canadiennes expliquent en partie ces fluctuations. Comme le Fond canadien de télévision l'a fait remarquer dans son rapport d'activités de 2001-2002 :

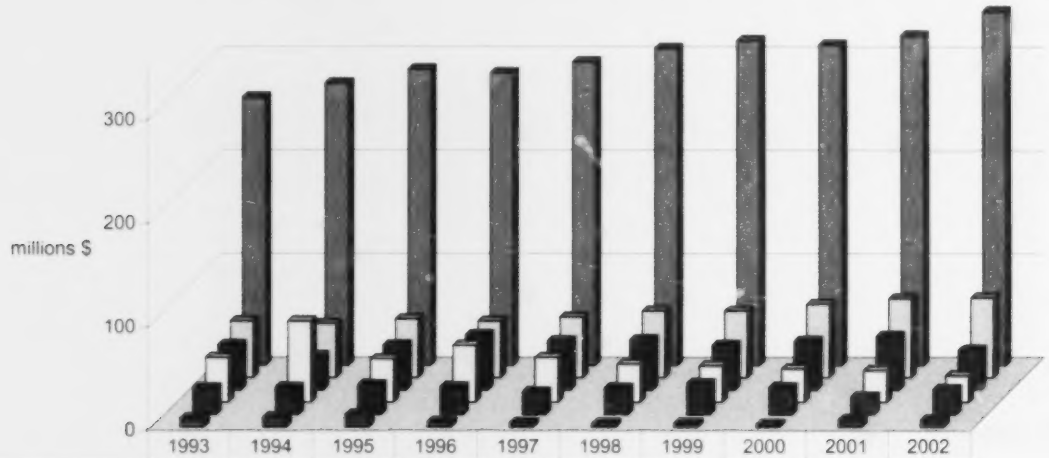
> Plusieurs facteurs expliquent cette situation, notamment la diminution des ventes internationales, la décision des télédiffuseurs de programmer d'autres types d'émissions, de même que certains grands événements comme les Jeux olympiques d'hiver, qui ont accaparé une part importante des heures de grande écoute[11].

Par ailleurs, comme l'Association canadienne de production de film et télévision l'indique dans son rapport de 2003 sur l'état de l'industrie de la production, des hausses substantielles des dépenses peuvent en réalité surestimer la production réelle d'émissions distinctement canadiennes dans le domaine des dramatiques et des comédies. Comme elle l'écrit dans son rapport :

> Un examen des données des années antérieures porte en effet à croire que les productions obtenant huit points ou plus à l'échelle du contenu canadien du BCPAC [c'est-à-dire les productions typiquement canadiennes] peuvent être approuvées plus rapidement que celles qui réunissent moins de points. Les productions obtenant huit points ou plus à l'échelle du contenu canadien du BCPAC peuvent miser davantage sur les crédits d'impôt et, par conséquent, faire l'objet d'une demande d'approbation plus tôt que les autres productions et, en conséquence, être approuvées plus tôt[12].

Pour ces raisons et d'autres, les dépenses dans certaines catégories d'émissions varient inévitablement d'une année à l'autre.

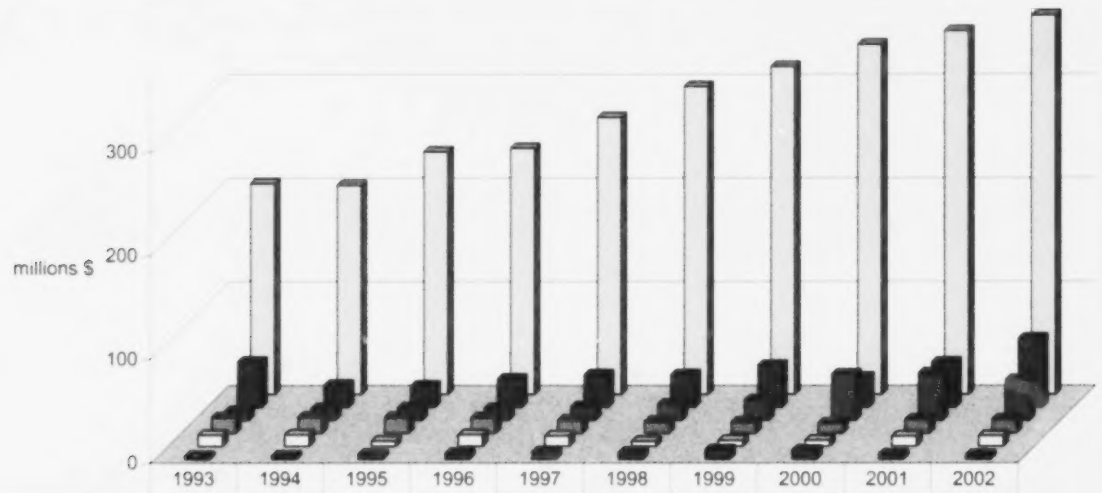
Figure 8.21 Dépenses des radiodiffuseurs privés canadiens en matière d'émissions canadiennes selon le genre, 1993-2002



	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002
■ Jeux-questionnaires	8,4	9,1	12	4,8	3,8	3	3,3	2,3	6,9	6,8
■ Musique/variétés	25,7	26,1	28,7	26,9	21,8	25,6	30,1	26,1	17,1	24,3
□ Sports	42,9	78,2	41,8	55,1	43,3	36,9	35,1	32,2	30,5	25,5
■ Intérêts humains	43,5	32,8	43,3	53,3	47,6	48,7	43,2	47,3	51,8	38,5
□ Dramatiques	54,4	52,1	56,7	54,6	58,7	64,5	64,6	71	76,1	77,2
■ Nouvelles/informations	258,9	272,5	286,3	282,7	293,2	306,1	313,9	309,9	319,1	342,6

Les radiodiffuseurs privés du Canada consacrent également une partie de leur budget à l'achat d'émissions étrangères. Les figures 8.21 à 8.24 illustrent l'écart entre les dépenses en matière d'émissions canadiennes et d'émissions étrangères de 1993 à 2002. La figure 8.24 montre que les dépenses des radiodiffuseurs privés du Canada consacrées aux émissions ont progressé de plus de 300 millions de dollars de 1993 à 2002, l'augmentation la plus remarquable touchant les dramatiques étrangères, qui ont obtenu 150 millions de dollars de plus (voir la figure 8.22).

Figure 8.22 Dépenses des radiodiffuseurs privés canadiens en matière d'émissions étrangères selon le genre, 1993-2002

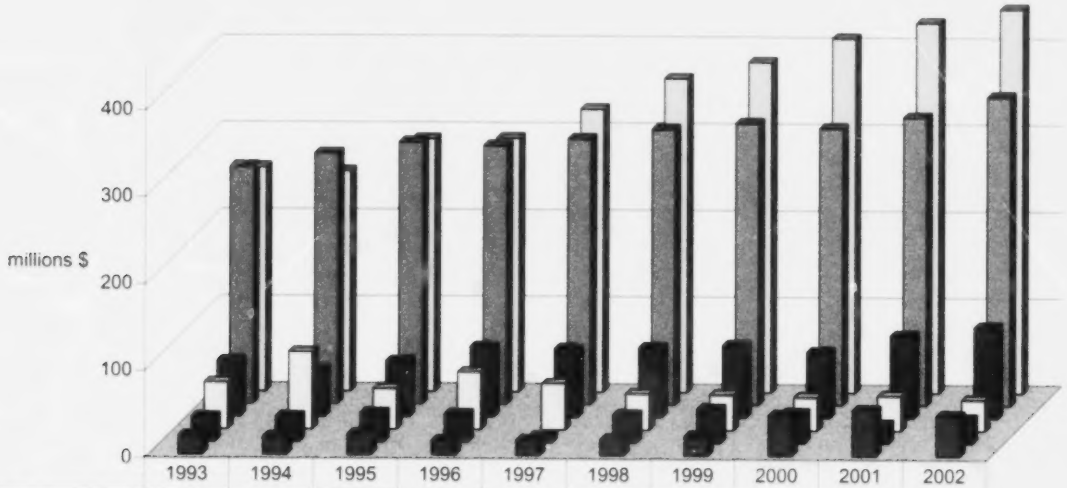


	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002
Musique/variétés	2,6	2,9	4,5	5,3	6,8	6,3	9	8,5	4,5	4,1
Sports	10,6	10,8	4,7	10,8	9,7	4,6	5,5	5,7	9,4	10
Nouvelles/informations	15,1	15,7	15,3	15,1	12,5	11	10,6	9,4	13	13,4
Jeux-questionnaires	8,4	11,2	12	11,5	13	15,3	19,1	44,4	45,6	39,3
Intérêts humains	43,5	21,4	20,5	27,3	31,2	31,4	40,3	28,6	43,4	66,4
Dramatiques	203,2	201,4	234	237,2	267,1	296,7	315,9	337,4	350,5	365,7

On constate également que les dépenses pour les émissions canadiennes en général ont augmenté de plus de 83 millions de dollars de 1993 à 2002. Deux domaines ont réussi à tirer leur épingle du jeu : les nouvelles canadiennes et les dramatiques canadiennes (voir la figure 8.21).

Au même moment, on note un déclin graduel des dépenses des radiodiffuseurs privés dans le domaine des sports canadiens.

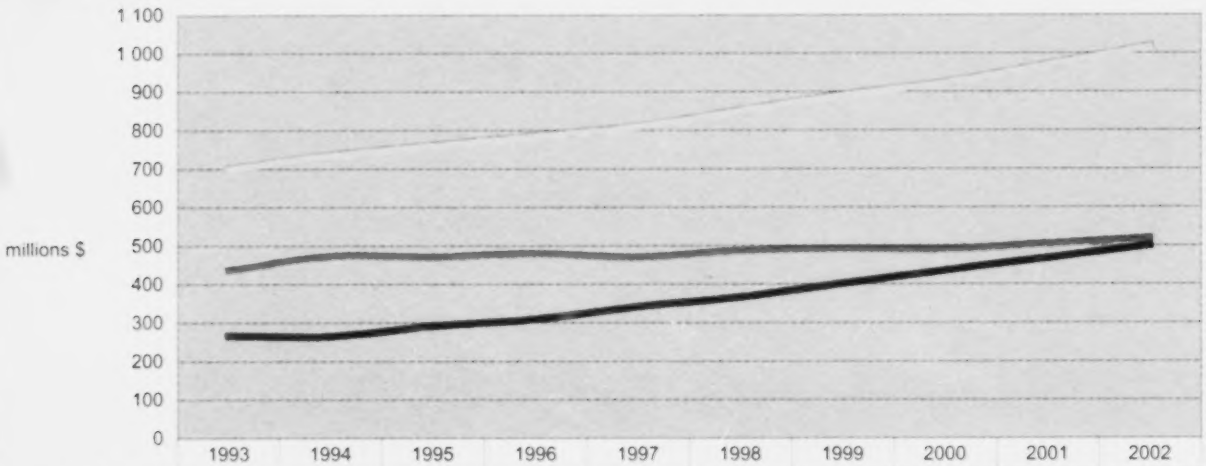
Figure 8.23 Dépenses des radiodiffuseurs privés canadiens en matière d'émissions selon le genre, 1993-2002



	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002
Jeux-questionnaires	21,6	20,3	23,6	16,3	16,8	18,2	22,3	46,7	52,5	46,1
Musique/variétés	28,3	28,9	33,2	32,2	6,8	31,9	39,1	34,6	21,6	28,4
Sports	53,5	88,9	46,5	65,9	53	41,4	40,6	37,9	39,9	35,5
Intérêts humains	63,9	54,3	63,8	80,6	78,8	80,1	83,4	75,8	95,2	104,9
Nouvelles/informations	273,1	288,3	301,6	297,7	305,6	317,2	324,7	319,3	332,1	356,1
Dramatiques	257,6	253,5	290,8	291,8	325,6	361,2	380,5	408,4	426,6	442,9

Ces tendances démontrent également que le poids relatif des dépenses d'émissions a basculé en faveur des émissions étrangères de 1993 à 2002. Cette situation est due en partie à la hausse du coût des émissions américaines et au déclin graduel du dollar canadien face à la devise américaine de 1993 à 2002. Il est extrêmement difficile de déterminer si ce changement des habitudes de dépenses est attribuable à la nouvelle politique sur la télévision du CRTC (dont il est question au chapitre 5), sans procéder à une analyse poussée des dépenses d'émissions canadiennes.

Figure 8.24 Total des dépenses des radiodiffuseurs canadiens privés en matière de programmation télévisuelle, 1993-2002



	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002
Canadienne	434	470,8	468,8	477,4	468,4	484,7	490,1	488,7	502,5	517,2
Étrangère	264,9	263,4	290,6	307,2	340,3	365,3	400,4	434	466,4	499
Total	698,9	734,2	759,5	784,5	808,7	850	890,5	922,8	968,9	1016,3

Ce que les témoins ont dit

Lors de son témoignage devant le Comité, la ministre du Patrimoine canadien a déclaré ce qui suit au sujet du rôle des radiodiffuseurs privés dans le système canadien :

> Bien sûr, la notion d'un secteur privé non rentable est une antinomie. Une partie du défi que nous devrons relever consistera à aborder le système dans son ensemble [...] Si l'on examine le système d'autrefois, dans une certaine mesure, lorsque l'appareil de réglementation créait des possibilités pour certaines stations de télévision grâce à la licence accordée, leurs exploitants parvenaient essentiellement à satisfaire leurs besoins en contenu en vendant de la publicité, et c'était à l'époque qui a précédé la radiodiffusion directe[36].

La citation qui précède résume bien le défi principal des radiodiffuseurs canadiens : ils doivent demeurer rentables dans un monde en perpétuelle évolution, tout en répondant aux attentes politiques et réglementaires de notre système. Les témoins ont abordé plusieurs défis associés à cet enjeu, dont bon nombre sont soulevés dans d'autres chapitres.

- Le chapitre 5 aborde les écueils économiques de la production ou de l'achat de séries dramatiques canadiennes.

- Le chapitre 9 porte sur le besoin d'un nouveau modèle pour diffuser les émissions locales et régionales auprès de l'auditoire.

- Le chapitre 11 explique les perspectives des témoins sur la propriété verticale, horizontale, croisée et étrangère.

- Le chapitre 12 explique pourquoi il faut un plan cohérent pour orienter le système de radiodiffusion canadien pendant sa transition de l'analogique au numérique.

- Le chapitre 16 explore les raisons qui ont poussé les Canadiens à abandonner le système de télévision canadien au profit des services par satellite des marchés gris et noir.

Deux autres points soulevés par les radiodiffuseurs privés canadiens : la santé économique à long terme du secteur privé et le fardeau financier que représentent les droits exigés par le CRTC en vertu des droits sur les licences (partie II). On aborde ces questions ci-dessous.

La santé économique du secteur privé

Lorsque l'Association canadienne des radiodiffuseurs a comparu devant le Comité, M. Glenn O'Farrell a tout d'abord déclaré :

> À une époque, une licence de radiodiffusion dans un marché donné de notre pays constituait un bien très précieux puisqu'elle assurait l'accès à un marché réglementé. Le monde ayant changé, la valeur de ces licences n'est plus ce qu'elle était il y a quelques décennies à peine. La fragmentation des marchés est plus grande dans le monde actuel en raison du nombre très élevé des services étrangers et nationaux qui sont offerts sur le marché. Notre régime de réglementation vieux de 40 ans n'est pas adapté aux nouvelles technologies qui existent dans le monde actuel. La concentration est également très grande parmi les clients de l'industrie de la publicité. La radiodiffusion connaît d'énormes changements structurels. Les gens d'affaires et les responsables de l'élaboration des politiques doivent collaborer au succès futur de l'industrie de la radiodiffusion".

C'est pourquoi, selon M. O'Farrell, il est essentiel que l'on reconnaisse le secteur privé comme étant un élément complémentaire plutôt que concurrentiel du secteur public, surtout de la SRC. Il a expliqué :

> À notre avis, les secteurs publics et privés doivent être complémentaires et non pas se faire concurrence. C'est déjà le cas dans le domaine de la radio. La radio de Radio-Canada vient compléter la radio privée. Que vous viviez à Halifax, à Edmonton ou à Chicoutimi, lorsque vous syntoniser la radio de Radio-Canada, vous savez ce que vous écoutez. La radio de Radio-Canada a une voix qui se distingue clairement des autres et nous félicitons ceux qui sont responsables de ce succès[55].

Plusieurs témoins ont soulevé un autre point important. La viabilité du secteur privé, surtout au Canada anglais, dépend de la mise sur pied d'un star-système, comme celui qui s'est formé au Québec depuis 20 ans. M. Philippe Lapointe, vice-président du Groupe TVA inc., a illustré ce fait en racontant la situation qui prévaut actuellement au Canada français :

> Quand on examine le palmarès des 30 émissions les plus regardées à la télévision au Canada français, on voit que 28 d'entre elles sont conçues, fabriquées et produites par les gens d'ici, pour les gens d'ici. C'est un succès considérable qu'on tient un peu pour acquis. Les gens ont l'impression que c'est quelque chose qui va de soi.
>
> Or, quand on jette un coup d'œil sur le passé [...] on se souvient qu'en 1980-1985, c'était surtout des émissions américaines que regardaient les Canadiens francophones : *Mannix*, *Hawaii Five-O*, *Dallas*, *Dynasty*. [...] L'émission la plus regardée en 1980-1985 était *La Petite Maison dans la prairie*, version française de *Little House on the Prairie*, qu'on se rappelle tous. Aujourd'hui, ces émissions américaines ne sont à peu près plus vues sur les réseaux francophones du Canada. Les gens regardent maintenant des émissions faites ici[56].

Il a donné deux raisons pour expliquer ce succès phénoménal :

> Il y a d'abord eu la volonté de faire des émissions qui ont du succès, qui sont populaires, qui rejoignent les gens. Il y a une façon de faire de la télévision proche des gens, une télévision qui raconte des choses et des histoires qui touchent les gens d'ici de très près. [...] Il y a aussi d'importantes raisons structurelles. Au palmarès de cette année, sur les 10 premières émissions, il y en avait huit qui n'auraient pas été possibles sans la participation du Fonds canadien de télévision. Le système de financement de la télévision canadienne

> en est la pierre d'assise. Huit des dix premières émissions ont été financées avec l'aide du Fonds canadien de télévision par ses deux programmes, soit le PDD et le PPC en français, ou l'EIP et le LFP en anglais. C'est donc un élément essentiel du succès obtenu[80].

M. Lapointe a poursuivi en avertissant le Comité que le succès de la télévision de langue française est fragile. Les recettes publicitaires sont à la baisse dans un marché sans cesse plus fragmenté. De plus, les radiodiffuseurs canadiens dépendent lourdement du financement offert par les fonds de production comme le Fond canadien de télévision.

Quant à la télévision de langue anglaise, plusieurs témoins ont débattu du fardeau des radiodiffuseurs du Canada anglais. Pour mettre les choses en perspective, Mme Loren Mawhinney, vice-présidente, Global Television Network, a fait les observations suivantes au sujet du marché anglophone :

> En cinq ans, cinq nouvelles chaînes conventionnelles ont vu le jour et le nombre de chaînes thématiques est passé de 20 à 60. Des dizaines de nouveaux réseaux numériques ont été lancés à l'automne et leur effet commence à peine à se faire sentir. Par contre, les Canadiens ne regardent pas davantage la télévision, si bien que l'auditoire est en train de se fragmenter. Il en va de même pour le budget de publicité. Nous avons de moins en moins les moyens de financer les émissions coûteuses puisque l'auditoire baisse[81].

Poursuivant sur le même sujet, M. Alain Gourd, vice-président exécutif, Corporatif, Bell Globemedia inc., a remarqué que le modèle de recettes du système de télévision :

> ... qui se fondait à l'époque sur la publicité, se transforme maintenant en un modèle axé sur les abonnements. À l'heure actuelle, plus de la moitié des recettes globales du système canadien de télédiffusion dépend des abonnements, et la publicité ne représente plus qu'un tiers des recettes globales. Cette situation est exacerbée davantage par la fragmentation, c'est-à-dire qu'un plus grand nombre de canaux canadiens se disputent une seule source de publicité consolidée[82].

C'est pourquoi il a prédit :

> Si la tendance se poursuit, si nous ne permettons pas à la télévision générale conventionnelle d'avoir accès aux recettes des

> abonnements, nous mettrons en péril l'avenir de tout le modèle économique pour la télévision générale de langues française et anglaise, qui est un des principaux moyens de notre expression culturelle[52].

Tenant compte de ces facteurs, M. Gourd a formulé une recommandation :

> ... étant donné le marché disparaissant de la publicité et la diminution du taux absolu de financement par le gouvernement, il nous faut revoir [...] le moyen de financer la production de la programmation canadienne et [...] l'examen pourrait se concentrer sur une évaluation globale de toutes les sources de financements gouvernementaux — Télétilm, Fonds canadien, crédits d'impôt — pour développer une approche globale, un tout-en-un hybride[53].

Approfondissant l'explication, M. Glenn O'Farrell a demandé :

> ... au Comité d'inviter la ministre du Patrimoine canadien et le ministre des Finances à créer un groupe de travail mixte sur l'avenir du financement des émissions de télévision au Canada. Nous estimons que cela est indispensable et nous vous demandons de faire cette recommandation pour que nous puissions trouver une stratégie de financement à long terme pour les émissions canadiennes[54].

En outre :

> Le ministère des Finances devrait simplifier et alléger le système de crédit d'impôt et l'harmoniser avec les régimes provinciaux. Il faudrait également examiner le problème de la baisse des budgets de publicité en vue de trouver une source de recettes pour la télévision classique[55].

Droits de licence de la partie II

Les radiodiffuseurs (et distributeurs) ont demandé à plusieurs reprises que leurs droits de licence soient réduits[56]. L'extrait ci-dessous du budget des dépenses du CRTC, partie III, *Rapport sur les plans et les priorités*, explique pourquoi les droits de licence de diffusion existent :

> Le CRTC perçoit des droits en vertu de la *Loi sur la radiodiffusion* et de la *Loi sur les télécommunications* et les règlements y afférents, à savoir le Règlement sur les droits de licence de radiodiffusion, 1997 et le Règlement sur les droits de télécommunication, 1995. ...

> Les droits de la partie I sont fonction des coûts de réglementation de la radiodiffusion que le CRTC et les autres ministères ou organismes engagent chaque année, à l'exclusion des coûts de gestion du spectre, et ils sont égaux à la somme de ce qui suit : les coûts de l'activité Radiodiffusion du CRTC; la part des coûts des activités administratives du Conseil attribuable à l'activité Radiodiffusion; les autres coûts pris en compte pour en arriver au coût net du programme du CRTC attribuable à des activités de radiodiffusion, à l'exclusion des coûts de réglementation du spectre de la radiodiffusion.

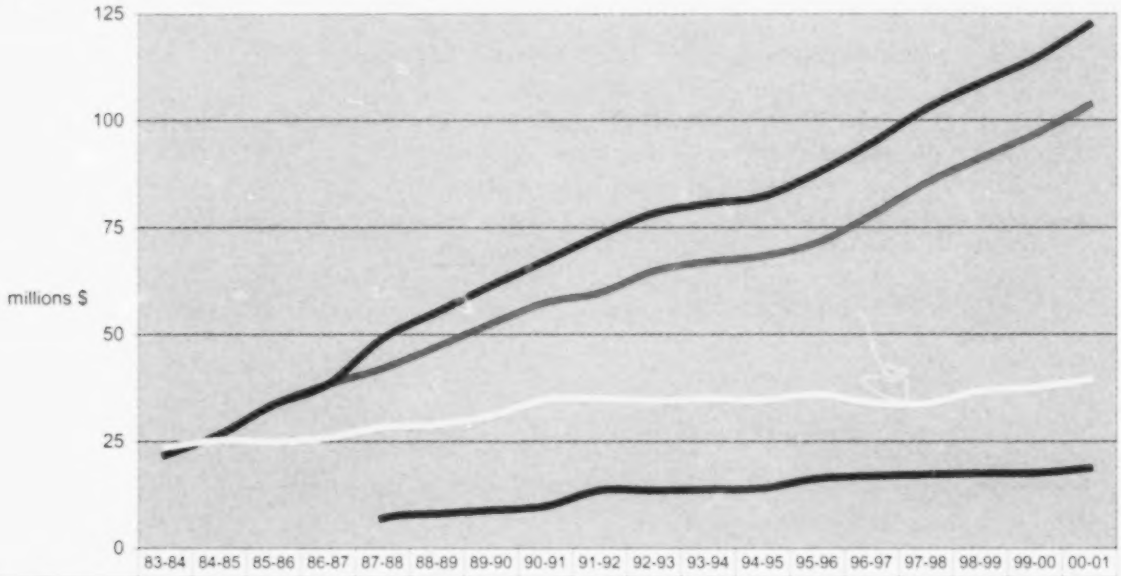
Le coût estimatif total de réglementation de la radiodiffusion pour la Commission est établi dans le plan des dépenses de la Commission publié dans la partie III du budget des dépenses du gouvernement du Canada (c.-à-d. partie III, *Rapport sur les plans et les priorités*). Un montant annuel est consacré aux droits dans la partie I afin d'ajuster les coûts estimatifs aux dépenses réelles. Tout montant excédentaire ou tout manque à gagner pour les droits est crédité ou imputé au détenteur de la licence dans la facturation de l'année subséquente.

Les droits de la partie II se calculent à 1,365 % du revenu brut du titulaire de la licence, tiré des activités de radiodiffusion excédant une limite d'exemption applicable. Le CRTC perçoit les droits de la partie II pour le compte du gouvernement, et toutes les recettes ainsi perçues sont déposées dans le Trésor du gouvernement du Canada. Conformément aux objectifs de politique énoncés dans la Politique sur le recouvrement des coûts et la tarification (1997) du gouvernement et tel qu'expliqué à la table ronde des consultations de 1999 avec les payeurs de droits de radiodiffusion, la raison d'imposer ce droit comporte trois volets :

> Obtenir, pour le public canadien, un rendement équitable pour l'accès à ou l'exploitation d'une ressource publique ou sous contrôle public (c.-à-d., les diffuseurs utilisent le spectre de radiodiffusion), recouvrer les coûts d'Industrie Canada associés à la gestion du spectre de radiodiffusion, et représenter le privilège de détenir une licence de radiodiffusion pour en tirer un bénéfice commercial.

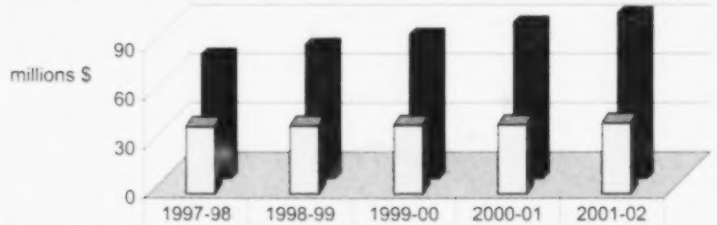
Les figures 8.25 et 8.26 illustrent la tendance des droits de licence pour les radiodiffuseurs et les entreprises de télécommunications pour la période de 1983-1984 à 2001-2002[n]. Comme on peut le voir, le secteur privé de la radiodiffusion a versé 82,1 millions de dollars en droits de licence de la partie II en 2000-2001, ce qui, à lui seul, représente plus du double des dépenses de fonctionnement du CRTC. Par contre, le secteur canadien des

Figure 8.25 Évolution des droits de licences du CRTC payés par le secteur privé de la radiodiffusion et celui des télécommunications, 1983-2001



	83-84	84-85	85-86	86-87	87-88	88-89	89-90	90-91	91-92	92-93	93-94	94-95	95-96	96-97	97-98	98-99	99-00	00-01
Radiodiffusion	21,8	26,6	33,6	38,4	42,1	47,1	52,5	57,4	59,7	64,8	67	68,3	71,4	77,9	85,4	91,2	96,8	103,6
Télécom.	0	0	0	0	6,9	8,1	8,9	9,8	13,5	13,5	13,7	14	16,3	16,9	17,2	17,5	17,6	18,7
Total	21,8	26,6	33,6	38,4	49	55,2	61,4	67,2	73,2	78,3	80,6	82,2	87,7	94,7	102,7	108,7	114,4	122,3
Dépenses du CRTC	23,6	25,3	25	26	28,4	29	31,1	34,8	35,1	34,6	35	34,7	36	34,1	33,9	36,9	37,6	39,5

Figure 8.26 Droits de licences de la Partie I et de la Partie II payés au CRTC par les radiodiffuseurs et les distributeurs du Canada, 1997-2002



	1997-98	1998-99	1999-00	2000-01	2001-02
Partie I	20,3	21,3	21,6	22,2	22,3
Partie II	62,9	69,7	75,5	82,1	88,7

télécommunications a payé seulement 18,7 millions de dollars en droits de licence en 2000-01.

À la lumière de ces données, on peut comprendre pourquoi les radiodiffuseurs privés demandent au gouvernement d'abaisser les droits de licence de la partie II ou de les éliminer complètement. Comme l'a expliqué M. Glenn O'Farrell :

> ... des politiques publiques qui compromettent le succès au lieu de le favoriser. On peut donner en exemple la façon dont le CRTC perçoit les frais imposés aux radiodiffuseurs. La commission réglemente tant les radiodiffuseurs que les entreprises de télécommunications. Les frais de licence pour les entreprises de télécommunications sont évalués en fonction de la formule du recouvrement des coûts tandis que les frais de licence des radiodiffuseurs dépassent chaque année de près de 90 millions de dollars les dépenses engagées par le CRTC. À notre avis, il s'agit d'une taxe préjudiciable qui nous empêche d'investir autant que nous le souhaiterions dans le développement du contenu canadien[7].

Durant les audiences du Comité, l'ACR a également fait valoir que la réduction ou l'élimination des droits de la partie II libérerait des sommes d'argent qui pourraient être dépensées pour le contenu canadien. Et lorsqu'un membre du Comité a demandé si l'ACR appuierait une recommandation pour que le gouvernement affecte l'argent au FCT ou à Téléfilm, l'ARC a fait valoir que :

> ... les droits de licence ne sont pas un article de recettes, mais bien une dépense. Cela a donc des conséquences directes pour le budget de tous les radiodiffuseurs qui n'auraient plus à subir cette dépense. Ces ressources pourraient être utilisées ailleurs.
>
> Certains radiodiffuseurs décideraient peut-être d'investir dans la programmation locale. D'autres investiraient dans la programmation régionale. D'autres encore investiraient dans la programmation prioritaire.
>
> Le problème, c'est que le fonds fixe certaines limites pour l'utilisation d'argent pour divers types d'émissions et, deuxièmement, que ce sont les producteurs qui ont accès au FCT et non les radiodiffuseurs[8].

En somme, les radiodiffuseurs considèrent que les paiements pour les droits sont excessifs et avancent plusieurs arguments. Le premier est que les droits dépassent de beaucoup les frais d'exploitation du CRTC. En second lieu, ces droits sont une taxe double. En troisième lieu, les diffuseurs privés doivent assumer d'autres fardeaux financiers (p. ex., les avantages sociaux en fonction des changements de propriété et le coût élevé de l'achat ou de la production d'émissions canadiennes).

Solutions proposées

Dans l'ensemble, le Comité a apprécié les témoignages des radiodiffuseurs privés et leur engagement à l'égard du système de radiodiffusion canadien. En particulier, **le Comité tient à souligner le succès du marché de langue française au Canada et il convient que les initiatives mises de l'avant pour créer un star-système ont obtenu un succès phénoménal**. Cela dit, il reconnaît que ce succès repose sur un équilibre fragile et qu'on aura besoin de politiques et de programmes novateurs pour assurer le succès continu des émissions de langue française au cours des prochaines années.

Quant au marché canadien de langue anglaise, le Comité est préoccupé par son état actuel. En particulier, il s'inquiète que le modèle courant d'émissions — qui dépend lourdement du financement croisé des émissions canadiennes grâce aux recettes générées par les émissions américaines — va tôt ou tard s'écrouler. Cependant, le Comité s'est réjoui d'entendre les représentants de l'ACR — pendant ses audiences et ses visites partout au pays — dire que les radiodiffuseurs reconnaissent que l'avenir de la télévision de langue anglaise au Canada repose sur la production d'émissions de grande qualité destinées au public canadien. En outre, le Comité a été heureux d'apprendre que le marché de langue anglaise tente de reproduire le star-système établi dans le Canada français pour aider à accroître le nombre de téléspectateurs et à les rendre fidèles aux émissions canadiennes de langue anglaise.

Compte tenu de tous ces enjeux, le Comité est d'accord avec les radiodiffuseurs privés que plusieurs questions nécessitent une réaction immédiate. La plupart de ces questions sont traitées dans d'autres chapitres du présent rapport, mais deux d'entre elles méritent qu'on s'y attarde ici. Il s'agit des droits d'interconnexion pour les radiodiffuseurs traditionnels et des droits de licence de la partie II. La section qui suit aborde les droits d'interconnexion. Étant donné que les fournisseurs de services par câble et par satellite ont aussi demandé l'élimination des droits de licence de la partie II, ce point est traité dans la section après celle sur la distribution.

Star Académie : l'émission surprise

Pendant neuf semaines consécutives, de la fin février à la fin avril 2003, l'émission *Star Académie* télédiffusée par le réseau TVA a confirmé de nouveau la force d'entraînement extraordinaire des émissions de télévision populaires auprès du public québécois. Le succès foudroyant de cette série, dont la cote d'écoute a dépassé 50 % de l'auditoire québécois, relève d'un phénomène inconnu ailleurs en Amérique du Nord, voire dans le monde entier.

La popularité de *Star Académie* rappelle certains épisodes de téléromans québécois comme *Les Filles de Caleb*, *Blanche*, *Scoop*, *Lance et compte* et *La Petite Vie*, qui ont obtenu des cotes d'écoute comparables. L'engouement du public québécois pour ses artistes-vedettes est bien connu. Toutefois, dans le cas de *Star Académie*, les 14 « académiciens-participants », c'est-à-dire les vedettes de l'émission, étaient inconnus du public québécois. Il est en outre intéressant, sinon surprenant, de noter que le gagnant du concours, choisi par le public québécois, est Wilfred LeBouthillier, natif et résident de Tracadie-Sheila, au Nouveau-Brunswick. Peut-être suivra-t-il les traces de Roch Voisine?

Star Académie n'est pas une formule de télévision inconnue, loin de là. De multiples formules semblables ont été adoptées par des réseaux américains et européens depuis plusieurs années. Cependant, si celle retenue par le réseau TVA n'est pas nouvelle, les résultats que le réseau a inscrits en termes de cote d'écoute chez son public cible le sont. Rien de comparable aux résultats obtenus au Québec n'a encore été réalisé aux États-Unis ou en Europe.

Un article de Hugo Dumas sur l'émission *Star Académie*, paru dans La Presse du 26 avril dernier, posait la question suivante au sujet du phénomène : « Qu'est-ce qui s'est passé? » Et M. Dumas de répondre que « la tornade *Star Académie* [...] a

Droits d'interconnexion des radiodiffuseurs traditionnels

Durant les premières décennies de la télédiffusion au Canada et aux États-Unis, la publicité était la principale source de recettes des téléditfuseurs privés. La câblodistribution a modifié cela en présentant les abonnements comme nouvelle source de revenu. Les licences des chaînes payantes et spécialisées ont accru la pression sur le modèle de revenus publicitaires de la télévision traditionnelle, car les téléspectateurs ont détourné leur attention vers ces nouveaux services. Par conséquent, tel qu'expliqué dans une section précédente, pour la première fois en 1991, les revenus d'abonnement ont dépassé les revenus publicitaires.

Parallèlement à la pression exercée sur les revenus publicitaires par la fragmentation de l'auditoire, on note les innovations technologiques récentes qui ont diminué la valeur de la publicité sur les réseaux traditionnels. L'exemple le plus frappant est l'enregistreur vidéo personnel (PVR) qui permet au téléspectateur d'éviter les messages publicitaires ou de les éliminer complètement.

Étant donné ces changements, on peut comprendre que les radiodiffuseurs traditionnels cherchent de nouvelles sources de revenu. Certains ont acheté des chaînes spécialisées afin d'obtenir une partie des revenus d'abonnements. Malgré tout, les groupes d'aujourd'hui (p. ex. CTV et ses stations affiliées) n'ont pas repris la part d'écoute qu'ils avaient avant la fragmentation. Cela explique pourquoi les radiodiffuseurs traditionnels estiment qu'ils ont droit à une partie des droits d'abonnement recueillis pour les chaînes payantes, les chaînes spécialisées et le signal distant des radiodiffuseurs traditionnels.

Le Comité reconnaît que le marché de la radiodiffusion a évolué considérablement depuis ses débuts et qu'une licence conventionnelle n'a plus la même valeur. Malgré tout, sans une étude approfondie de l'incidence de tels frais sur les abonnés et le système de radiodiffusion dans son ensemble, le Comité estime qu'il n'est pas prêt à recommander des mesures immédiates à ce sujet.

Le Comité est conscient que de tels frais auraient une incidence sur les abonnés, mais plusieurs de ses membres ont noté qu'il s'agit simplement d'équité. Il est d'avis, cependant, que si ces frais sont imposés, les radiodiffuseurs traditionnels devraient être tenus de consacrer une partie de ces nouveaux revenus à la production d'émissions typiquement canadiennes et de grande qualité. Le Comité croit par ailleurs que ces frais,

soufflé l'audimètre et balayé les ventes de disques ». L'article de M. Dumas fournit des chiffres qui en disent long sur le succès presque sans précédent de *Star Académie*. Environ 60 % de ses téléspectateurs étaient du sexe féminin; environ 20 % avait moins de 25 ans; le groupe de 35 à 54 ans représentait 36 % de l'auditoire et les 55 ans et plus, 30%. Selon un sondage d'Impact Recherche, un Montréalais sur deux a regardé *Star Académie*.

Les « académiciens-participants » ont enregistré un disque des chansons interprétées dans le cadre de l'émission; 500 000 exemplaires ont été expédiés aux détaillants. Les ventes à ce jour se chiffrent à plus de 400 000 exemplaires. Au mois d'avril, *Star Académie* était le disque le plus écouté au Canada, laissant derrière lui les Céline Dion, Norah Jones, Avril Lavigne et Linkin Park.

Plusieurs facteurs ont contribué au franc succès de *Star Académie* : premièrement, le talent évident des « académiciens-participants » ainsi que le professionnalisme et le doigté de la productrice-animatrice de l'émission, Julie Snyder. La mise en ondes de cette émission joyeuse, où la chanson était reine, pendant une période d'inquiétude alimentée par la guerre en Irak et la pneumonie atypique s'est révélée astucieuse et a sûrement contribué à l'accueil chaleureux que le public lui a réservé.

CTV et les prix Juno

En avril 2003, la mégastar internationale Shania Twain a souhaité la bienvenue à une foule déchaînée au Centre Corel d'Ottawa-Gatineau. Animatrice de la cérémonie des prix Juno de 2003, sa présence a signifié que, à l'instar de la chanteuse, les prix Juno avaient atteint un nouveau sommet. La cérémonie des prix Juno est devenue la cérémonie de remise de prix la plus courues au Canada et ce soir-là, l'excitation était palpable. Du début à la fin du spectacle, 17 000 fans endiablés ont assisté à l'une des soirées les plus excitantes et percutantes de l'histoire de la musique canadienne. Partout au pays, la transmission de la soirée a captivé 2,2 millions de téléspectateurs, soit 53 % plus de téléspectateurs que la transmission de l'année précédente et, fait incroyable, plus de téléspectateurs canadiens que les prix Grammy et les American Music Awards. En seulement deux ans, CTV a réussi à faire de la cérémonie des prix Juno l'un des joyaux des cérémonies de prix de musique au Canada.

CTV a misé sur une campagne intégrée de promotion sur les ondes jumelée à une campagne nationale de relations publiques pour assurer le succès de la franchise des Juno. La cérémonie est devenue la priorité du réseau et les téléspectateurs s'en sont aperçus. Pendant trois mois, les Canadiens de tout le pays ont été bombardés par des campagnes nouvelles, créatrices et originales. Les émissions de nouvelles et de divertissement de CTV — notamment *CTV News*, l'émission matinale *Canada AM*, celle de fin de soirée *Open Mike with Mike Bullard* et le pilier du divertissement de jour *eTalk Daily* — ont toutes appuyé la cérémonie des Juno grâce à leur couverture intensive et continue de l'événement. Le partenaire en ligne de CTV, Sympatico, a pour sa part offert à ses abonnés de la haute vitesse la transmission Internet exclusive des prestations musicales aux Juno. L'équipe de promotion de CTV a élaboré de nombreux concours multirégionaux et nationaux avec le journal *Globe and Mail*, qui a aussi couvert la cérémonie.

La démarche de CTV reposait sur le succès de l'édition précédente de la cérémonie des Juno, qui avait été transportée pour la première fois dans les provinces de l'Atlantique. La cérémonie de 2002 des Juno, enregistrée à St. John's (Terre-Neuve), a mis fin au déclin des cotes d'écoute de l'émission, en chute depuis trois ans, grâce à l'aide de ses animateurs, les Barenaked Ladies, et d'une brochette d'artistes qui auraient rendu jaloux les producteurs des prix Grammy. Par rapport à l'année précédente, 1,4 million de téléspectateurs ont écouté une cérémonie énergétique, jeune et très courue par les stars pour une hausse de 24 %. Un examen approfondi des données sur l'auditoire a révélé que les téléspectateurs étaient plus jeunes que jamais.

Le succès incroyable des deux dernières diffusions par CTV de la cérémonie des prix Juno démontre qu'il est possible d'attirer de grands auditoires à des émissions de divertissement canadiennes. CTV s'appuiera sur ce succès pour préparer l'édition 2004 des prix Juno.

s'ils deviennent réalité, devraient s'appliquer également à la SRC. Ces frais seraient en effet une nouvelle source de revenus pour la SRC et, par conséquent, lui permettrait de produire ou d'acheter de nouvelles émissions canadiennes.

E. La distribution

Les entreprises de distribution de services de radiodiffusion (EDR) jouent un rôle clé au sein du système canadien de radiodiffusion; elles offrent des services à plus de 9,3 millions des 12,3 millions de foyers au Canada. Tel qu'il est mentionné dans le chapitre 3, le câble a été l'une des premières innovations technologiques dont se sont servis les distributeurs de services de radiodiffusion. La câblodistribution a permis d'augmenter le nombre de services de programmation offerts. Utilisée pour la première fois en 1952 à London (Ontario), elle a connu une expansion phénoménale entre 1965 et 1975. À la fin de cette période, 60 % des foyers canadiens y étaient abonnés et en 2001, ce pourcentage était de 71,9 %[73].

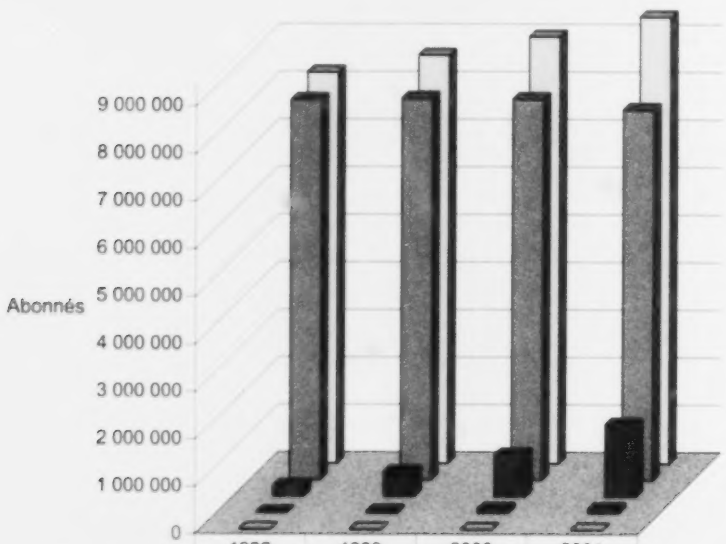
En 1997, le CRTC a accordé une licence à Bell Express Vu et à Star Choice pour offrir des services de distribution par satellite de radiodiffusion directe (SRD). Ces services de programmation sont des « services multicanaux qui font appel à des satellites de grande puissance pour diffuser des signaux numériques comprimés, captés au moyen de petites antennes paraboliques fixes de la taille d'une pizza »[74]. Les services par SRD sont les premières entreprises de distribution qui ont été autorisées à livrer concurrence aux câblodistributeurs.

L'émergence des signaux numériques a aussi une grande incidence sur le système canadien de radiodiffusion. Quatre types de distributeurs de radiodiffusion offrent des services de transmission numérique : les câblodistributeurs, les services par SRD, les compagnies de téléphone et les systèmes de distribution multipoint[75] (Look TV, Image Wireless Communications et SkyCable)[76]. En 2002, on recensait 1 985 systèmes de câblodistribution, deux fournisseurs de services par satellite et 27 autres distributeurs de télévision au Canada.

Abonnés

L'arrivée des distributeurs de services par SRD en 1997 a mis fin au monopole de la câblodistribution au Canada. La figure 8.27 montre la rapidité avec laquelle les fournisseurs de services par SRD se sont taillé une place sur le marché. Entre 1998 et 2001, la part de marché des services par SRD est passée de 2,6 % à 16,2 %, tandis que celle de la câblodistribution a été ramenée de 97,2 % à 82,9 %.

Figure 8.27 Abonnés des entreprises de distribution de services de radiodiffusion, 1998-2001

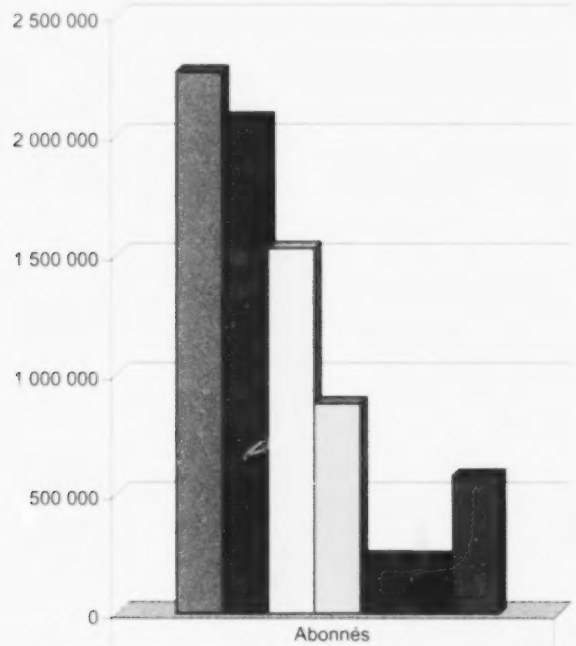


	1998	1999	2000	2001
TPA	6 333	3 882	2 678	1 344
SDM	10 894	31 551	83 913	86 773
Satellite (SRD)	216 111	519 376	880 092	1 519 620
Câble	7 989 529	8 025 845	8 006 181	7 785 242
Total	8 222 867	8 580 654	8 972 864	9 392 979

Propriété

La figure 8.28 présente les six principaux groupes de propriété de la câblodistribution au Canada. Dans l'ensemble, les trois plus importants (Rogers Cable, Shaw Communications et Vidéotron) dominent la câblodistribution et ont une part de marché équivalant à plus des trois quarts de tous les abonnés du câble au Canada. Les six principaux accaparent 93 % du marché.

Figure 8.28 Les six principaux câblodistributeurs canadiens selon les abonnés, 2001



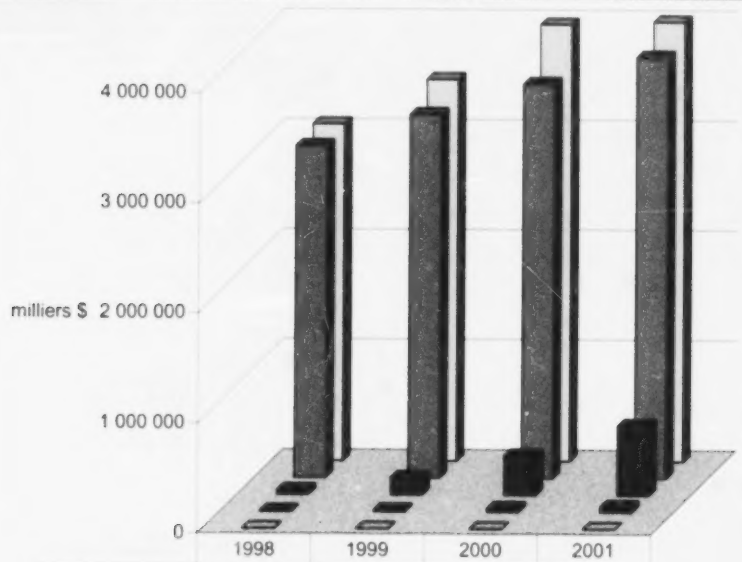
	Abonnés
Rogers Cable Inc.	2 266 703
Shaw Comm. Inc.	2 070 022
Vidéotron Ltée.	1 528 560
Cogeco Cable Inc.	878 766
Bragg Comm. Inc.	233 154
Persona Comm. Inc.	231 900
Autres entreprises	576 137

Total des abonnés
pour les six principaux câblodistributeurs : 7 209 105 (93 p. 100)
pour l'ensemble des câblodistributeurs : 7 785 242

Recettes et profits

La figure 8.29 montre que la croissance des recettes des EDR a été forte et soutenue au cours des dernières années. Entre 1998 et 2001, les recettes sont passées d'environ 3,1 milliards de dollars à plus de 4,5 milliards de dollars, soit une augmentation de 50 % en seulement quatre ans.

Figure 8.29 Revenus des entreprises de services de radiodiffusion du Canada, 1998-2001

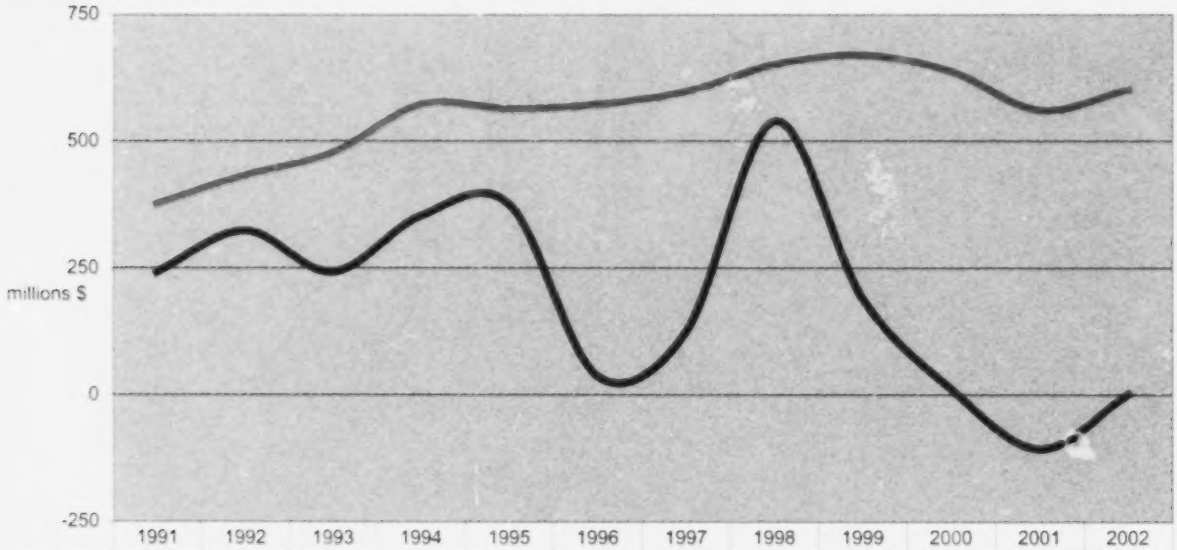


	1998	1999	2000	2001
TPA	1 626	1 574	1 033	490
SDM	4 525	11 314	29 837	45 425
Satellite (SRD)	38 570	154 270	358 862	632 901
Câble	3 014 247	3 302 061	3 582 125	3 828 796
Total	3 058 968	3 469 219	3 971 857	4 507 612

Ces données sur les recettes peuvent être trompeuses. Les figures 8.30 et 8.31 présentent deux façons de calculer la rentabilité des distributeurs. Dans le cas des grands distributeurs de services par câble, la rentabilité, selon l'instrument de mesure le plus commun, soit les bénéfices avant intérêts et impôts (BAII en %), diminue depuis 1998.

Ce déclin est encore plus important si l'on tient compte des forts paiements d'intérêts que doit verser l'industrie du câble capitalistique; on calcule alors les bénéfices avant impôts (BAI en %). Une autre mesure de rentabilité du câble (non montrée dans la figure) est le rendement moyen de l'actif immobilisé. Ce chiffre est également en déclin depuis 1998, passant de 20,59 % en 1998 à 10,64 % en 2002. Cette baisse de rentabilité du câble s'explique en partie par la concurrence accrue entre les divers services de distribution, notamment le satellite (DTH). En raison des gros investissements en immobilisations qu'ils nécessitent, les services de diffusion directe (DTH) du Canada n'ont pas encore enregistré de bénéfices.

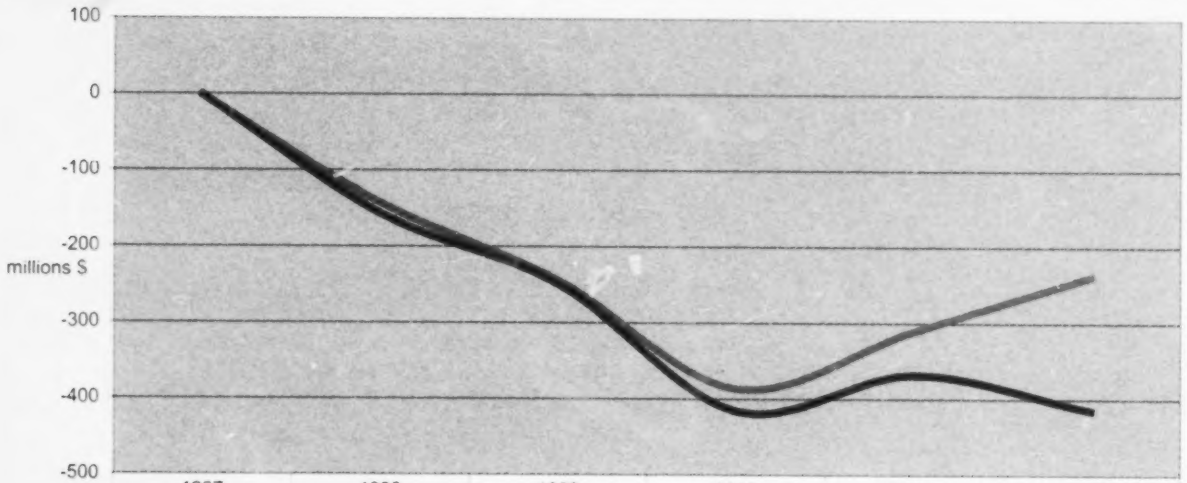
Figure 8.30 Bénéfices totaux (pertes) du câble canadien (catégories 1 et 2), 1991-2001



	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002
BAII	374,2	430	475,5	570,3	561	570,1	595,8	649	667,1	635,3	559	599,9
BAI	240,4	322,1	241,1	351,7	373,9	36,7	122,4	538,2	189,4	11,7	-107,3	0,6

BAII = Bénéfices avant intérêts et impôts (et avant ajustement)
BAI = Bénéfices avant impôts (mais après ajustement)

Figure 8.31 Bénéfices totaux (pertes) de la diffusion directe par satellite et des systèmes de distribution multipoint, 1997-2001



	1997	1998	1999	2000	2001	2002
BAII	-2,2	-142,4	-244	-385,9	-310,5	-237,8
BAI	-1,4	-156,9	-249,1	-415,6	-368,1	-414,2

BAII = Bénéfices avant intérêts et impôts (et avant ajustement)
BAI = Bénéfices avant impôts (mais après ajustement)

Ce que les témoins ont dit

Tel qu'on l'a déjà indiqué, on compte près de 2 000 câblodistributeurs et 2 importants distributeurs par satellite au Canada. Il y a également Télésat Canada, une compagnie de satellites, de communications et de systèmes de gestion. Les principales préoccupations soulevées par ces groupes comprenaient : la reconnaissance de la concurrence et du choix des consommateurs comme principes de la *Loi sur la radiodiffusion*; les injustices de la réglementation; la reconnaissance des défis auxquels font face les petits réseaux; les coûts en capital; et les changements législatifs destinés à réagir au marché gris et au marché noir.

Préoccupations de l'industrie du câble

Dans sa présentation devant le Comité, Mme Janet Yale, présidente et directrice générale de l'Association canadienne de la télévision par câble (ACTC), faisait ressortir la taille et l'importance de l'industrie du câble au Canada :

> L'industrie du câble a joué un rôle prépondérant dans la réussite du système de radiodiffusion canadien. Les 800 systèmes de câble titulaires de licence, grands et petits, sont présents dans les villes et villages de notre grand pays et desservent environ 7,6 millions de foyers. La télévision par câble est reçue par près de 70 % des foyers ayant accès au câble à travers tout le Canada[1].

Mme Yale a également fait ressortir la mesure dans laquelle l'industrie du câble a investi dans l'infrastructure des communications et du nouveau média au Canada :

> L'investissement de l'industrie dans le domaine du câble numérique et des services à haute vitesse à large bande en est un de taille. L'industrie, dans son ensemble, a consacré en moyenne chaque année 1 milliard de dollars aux dépenses en capital. [...]
>
> Grâce à cet investissement, notre infrastructure évoluée rejoint désormais 75 % des foyers canadiens ayant accès au câble. Ce pourcentage inclut les régions urbaines et rurales, ce qui place le Canada en position de force en faisant de lui le pays le plus branché au monde. Grâce aux investissements de nos entreprises, nous avons réussi à construire un réseau à large bande capable d'offrir l'accès aux services de câble numérique et à l'Internet à haute vitesse à 7,9 millions de foyers. Les entreprises de câblodistribution desservent environ un million d'abonnés aux services numériques, et 1,5 million d'abonnés au service Internet. Soucieuse de préparer son avenir, l'industrie du câble s'affaire déjà à construire les plates-formes numériques qui permettront d'accueillir la prochaine génération de services[2].

Mais les services de câble et d'Internet ne sont pas sans exiger des frais des consommateurs. À cet égard, Mme Yale a fait valoir le point suivant :

> Permettez-moi d'être plus claire. Nous payons pour le service que nous offrons. L'industrie de la câblodistribution perçoit les droits et les réinvestit dans la programmation de services. Ainsi que le précisait notre exposé, la très grande majorité des recettes tirées de la programmation vient des frais d'abonnement, non des recettes publicitaires.
>
> Il faut donc considérer les tarifs d'abonnement aux services par câble comme un ensemble de paiements remis à une série d'entreprises de programmation, dont nous transmettons les services, et si dans tout cela on tient compte du fait que nous assumons les frais de transmission de tous les nouveaux services et des tarifs autorisés

> contre la fourniture de ces services, on comprendra les raisons de l'augmentation. Dans cette équation, on optimise les ressources. Ce que l'on paie aujourd'hui ne correspond certainement pas à ce que l'on obtenait il y a 10 ans[77].

Abordant des défis plus spécifiques, Mme Yale s'est fait l'écho de plusieurs des arguments avancés par les radiodiffuseurs privés canadiens concernant les droits de licence de la partie II. Ces droits, aux yeux de l'industrie, dépassent de beaucoup ce qu'il en coûte pour couvrir les frais d'administration. De plus :

> ... nous payons déjà des taxes. Je me demande à quelles taxes vous pensez que nous échappons. Nous payons les taxes municipales et l'impôt sur le revenu [...] Ça n'est pas comme si l'industrie était plus favorisée sur le plan fiscal que les autres industries de notre pays. [...] ce que nous disons avant tout, c'est que nous assumons les coûts de la réglementation. L'intégralité des coûts de fonctionnement du CRTC, tant dans son volet télécommunications que son volet diffusion, vient des recettes des intervenants. Toutes les entreprises titulaires d'une licence assument les coûts directs de la réglementation en payant les droits de la partie I[78].

Pour ces raisons, la position de l'ACTC était la suivante :

> ... les droits de la partie II, qui sont à l'origine de sommes considérables, et ces droits n'ont rien à voir avec les coûts de la réglementation. [...] nous estimons qu'on utiliserait les montants ainsi perçus à bien meilleur escient en les affectant à la lutte contre le marché noir, aux infrastructures, à la programmation communautaire et le reste. Ce serait bien plus utile que de les verser au Trésor en plus des autres taxes que nous payons. On ne devrait plus percevoir de droits en vertu de la partie II[79].

Une deuxième question soulevée par l'industrie du câble concerne une pratique connue sous le nom de décalage[80]. À ce sujet, M. Dean MacDonald, vice-président principal de Rogers Communications inc., déclarait au Comité :

> Ce décalage ou cette différence d'horaire fait partie des produits qui sont offerts à l'heure actuelle. La plus grande différence entre le câble et le satellite se situe davantage au niveau des règles sur la mise en paquets et des règles d'assemblage. Les distributeurs par satellite disposent d'une plus grande marge de manœuvre quant à la façon dont ils peuvent grouper les chaînes qu'ils mettent à la disposition

> de leurs abonnés, comparativement à ce que peuvent faire les câblodistributeurs. Nous aimerions certes que l'on égalise les règles du jeu à cet égard.
>
> Par exemple, pour prendre l'exemple de l'achat de revues, un abonné de la distribution par satellite peut aller dans un magasin, choisir une revue puis quitter le magasin tandis que dans certains cas, lorsque l'abonné de la distribution par câble va acheter une revue, il ne peut pas quitter le magasin sans en acheter une autre. Il s'agit d'un déséquilibre auquel nous aimerions que l'on remédie, de toute évidence ...[*].

Une troisième question (qui sera discutée plus en détail au chapitre 11) concerne le besoin de capitaux étrangers pour financer la croissance de l'infrastructure. À ce sujet, M. Yves Mayrand expliquait :

> ... notre groupe a complété une transaction financière importante. Elle représentait plus de 410 millions de dollars canadiens. Ce financement était nécessaire à notre programme d'immobilisations qui visait à développer l'infrastructure. C'est du matériel fort coûteux dont il est question ici. Il s'agit d'acheminer les câbles aux résidences, d'intégrer des câbles de fibre optique bidirectionnels, d'y ajouter des composantes électroniques complexes, et enfin, d'interrelier tous ces systèmes ...
>
> Ce sont des choses fort coûteuses. Elles nécessitent un investissement important. Notre industrie est à l'affût de capitaux. Si l'on considère le bassin de capitaux disponibles au Canada, je peux vous dire que, pour ne citer que notre cas en exemple, nous n'aurions pas pu nous procurer ce financement sur le marché canadien, l'automne dernier. Nous avons pourtant tenté de le faire, mais cela n'était pas possible[*].

Finalement, une quatrième question soulevée par l'industrie de la câblodistribution est la survie des plus petits câblodistributeurs. La valeur de ces plus petits réseaux pour la santé globale de l'industrie a été expliquée au Comité par M. Dave Baxter, président de WestMan Communications Group, de la façon suivante :

> Les petits systèmes au Canada offrent des services à moins de 10 % des foyers canadiens, mais constituent un moyen extrêmement efficace d'atteindre les objectifs culturels du Canada. Les petits systèmes viables capables d'exercer une concurrence et de se

> diversifier seront en mesure de continuer à offrir aux régions rurales une programmation communautaire, un accès Internet haute vitesse et d'autres services interactifs à l'avenir[11].

Il a également indiqué que des compagnies comme la sienne sont :

> ... particulièrement fier de la grande qualité de la programmation communautaire qu'il offre grâce à un important engagement financier et à l'engagement de bénévoles. Nous avons étendu notre programmation communautaire à 19 collectivités, même si nous ne sommes tenus de fournir des émissions communautaires qu'à nos deux plus grandes collectivités[12].

Ceci étant dit, M. Baxter a également souligné bon nombre des défis auxquels font face les exploitants de petits systèmes, notamment : éloignement géographique, petite base de clients, capacité moindre du réseau de câble, exigences en capital et financement, réglementation gouvernementale et concurrence avec les services légaux et illégaux de diffusion par satellite. De plus :

> Si les télédiffuseurs continuent d'abandonner les régions rurales ou fournissent de plus en plus une programmation urbaine à ces régions, l'importance de la programmation communautaire locale va augmenter pour combler ce vide. La possibilité de vendre de la publicité sur les chaînes communautaires et de se prévaloir de la disponibilité d'espaces publicitaires permettrait aux câblodistributeurs de maintenir la capacité financière qui leur permettrait de continuer à mettre l'accent sur la programmation communautaire et peut-être même de solidifier cette programmation[13].

En somme, selon M. Baxter :

> Les exploitants de petits systèmes font face à une situation très difficile et certains d'entre eux sont forcés de limiter, voire même d'interrompre, leurs activités, laissant la voie libre aux services par satellite pour distribuer leurs services aux abonnés. Pour que les exploitants de petits systèmes demeurent viables, ils doivent être concurrentiels et diversifier leurs activités. C'est pourquoi il est nécessaire de prévoir un cadre réglementaire qui facilite la concurrence soutenue dans les régions rurales tant dans le domaine de la distribution de radiodiffusion que dans celui des télécommunications[14].

Pour ces raisons, fait-il valoir, il y a un besoin urgent d'une plus grande souplesse en matière de réglementation pour que les petits câblodistributeurs puissent survivre. Plus précisément :

> [La] nécessité d'accroître la mise en paquets des signaux et la souplesse au niveau de l'établissement des prix pour leur permettre d'être concurrentiels. Par exemple, l'obligation imposée aux petits systèmes de câble de distribuer des signaux nuit à leur capacité financière de demeurer compétitifs de manière à pouvoir continuer à étendre leurs services, y compris la programmation communautaire et l'Internet à haute vitesse[17].

À la lumière des défis ci-dessus auxquels fait face l'industrie du câble, l'ACTC a présenté des propositions de politiques suivantes au Comité.

> Dans cet environnement, les objectifs de politique du contenu canadien et de diversité de programmes ne perdent pas leur importance. [...]Il s'en trouve très peu qui pourraient contester les bénéfices que la concurrence a apportés au système de radiodiffusion et aux consommateurs canadiens. Ceux-ci comprennent un choix plus élaboré, la diversité et le financement des programmes canadiens.

> Le succès ultime du système de diffusion canadien et la satisfaction des clients sont intimement liés. Les Canadiens [...] exigent de plus en plus la possibilité de choisir ce qu'ils veulent quand ils le veulent et là où ils le veulent. La *Loi sur la radiodiffusion* doit être mise à jour pour traduire cette réalité. Dès lors, l'ACTC recommande que la concurrence et le choix des consommateurs soient incorporés expressément dans les objectifs de politique de la *Loi sur la radiodiffusion*[18].

Préoccupations des fournisseurs de services par satellite

M. David McLennan, président-directeur général de Bell ExpressVu, a caractérisé de la façon suivante l'industrie des services par satellite au Canada :

> Depuis leur lancement il y a un peu plus de quatre ans, Bell ExpressVu et Star Choice ont connu une croissance très rapide. Au total, les deux entreprises comptent presque 2 millions d'abonnés, qui représentent presque 15 % des ménages canadiens équipés d'une télé. Bell ExpressVu compte à elle seule un peu plus de

> 1,1 million d'abonnés. Pour en arriver là, les actionnaires des deux entreprises ont fait des investissements considérables, totalisant plus de 2 milliards de dollars[97].

Et ces investissements, selon M. McLennan, ont grandement contribué à la transition des technologies analogiques aux technologies numériques. À cet égard, il a fait remarquer que sans les services de télédiffusion directe par satellite :

> ... l'implantation du numérique aurait été à mon avis beaucoup plus lente. Les deux fournisseurs de SRD représentent déjà 65 % environ du marché des abonnés du numérique au Canada. Notre apport dans ce domaine a valu des avantages considérables aux clients, aux responsables de la programmation et au secteur de la radiodiffusion dans son ensemble[98].

Ceci étant dit, M. McLennan n'a pas tardé à faire remarquer qu'il reste encore à voir si les services de télédiffusion directe par satellite peuvent être économiquement viables à long terme. Il fait observer que malgré :

> ... une certaine croissance sur le marché, la viabilité financière des SRD exige toutefois une envergure considérable, et nous n'en sommes pas là encore. Atteindre l'envergure nécessaire est tout un défi dans un pays aussi vaste que le Canada, où il n'y a que 12 millions de foyers qui sont équipés de téléviseur et où le marché est dominé par les câblodistributeurs[99].

Et pour cette raison, tout comme ses homologues de l'industrie de la câblodistribution, il réclame :

> ... un cadre réglementaire stable. Sinon, il devient très difficile d'attirer les investissements dont nous avons besoin et de prendre les décisions en matière d'investissement qu'il nous faut prendre pour pouvoir aller de l'avant et nous assurer une masse critique[100].

Qui plus est :

> ... étant donné la situation économique difficile avec laquelle nous sommes tous aux prises, il faudrait revoir les obligations financières qui découlent de la réglementation. Ainsi, celles qui ne contribuent pas à l'avancement du secteur de la radiodiffusion canadienne devraient être éliminées. Je songe ici aux droits de licence de la partie II, dont l'Association canadienne des radiodiffuseurs et l'ACTC vous ont déjà parlé, je crois[101].

Il a expliqué que :

> ... les fonds comme les fonds qui sont utilisés pour la partie II, assortis de ressources semblables, pourraient être déployés plus avantageusement dans des investissements qui permettraient d'améliorer encore notre produit pour que nous puissions offrir des services innovateurs qui bonifient le système de radiodiffusion[44].

Télésat Canada, une filiale en propriété exclusive de BCE inc., a également comparu devant le Comité. Créé en vertu d'une loi du parlement en 1969, Télésat a mis en orbite géostationnaire le premier satellite commercial de télécommunication intérieure au monde, Anik A1, en 1972. C'est un chef de file dans le domaine des satellites et des communications et des systèmes de gestion. Comme l'expliquait M. Paul D. Bush, vice-président de Télésat :

> Pour quantifier notre participation à l'industrie de la radiodiffusion canadienne, je voudrais vous citer quelques chiffres. Comme je l'ai mentionné, les satellites Anik et Nimiq transmettent 95 % des signaux de radiodiffusion du Canada. Nos installations desservent à la fois les câblodistributeurs et les services de radiodiffusion directe et comme il y a au Canada 8,5 millions de foyers qui ont le câble et 2 millions qui reçoivent le service DTH, cela correspond assez bien à la règle du dix pour un observée aux Etats-Unis ...
>
> Nos satellites et notre réseau de téléports assurent des services essentiels à nos radiodiffuseurs nationaux, la SRC, Global et CTV. Ils desservent également les localités du Nord. Au Canada, étant donné la morphologie du pays et sa démographie, il est souvent très difficile d'installer des réseaux et divers types d'installations terrestres. Les satellites comblent cette lacune et les radiodiffuseurs utilisent 70 % de notre capacité[45].

M. Bush a également fait remarquer que Télésat évolue dans un marché global et que les règlements canadiens en font une société moins concurrentielle que les sociétés non canadiennes.

> ... Alors qu'il y a eu un assouplissement des règles de l'OMC, Télésat est assujettie à des contraintes politiques, une réglementation et des prélèvements beaucoup plus lourds que ses concurrents. Par exemple, nous payons des droits annuels de licence pour utiliser les créneaux orbitaux. Pour Nimiq — et ce sont les radiodiffuseurs qui doivent en faire les frais — les droits de licence s'élèvent à 2,1 millions de dollars par année tandis que pour les

> exploitants américains de satellites de communication directe, les frais équivalents ne sont que de 100 000 $. Nous payons donc beaucoup plus que nos concurrents".

C'est pourquoi il fait valoir avec insistance que les objectifs et règlements concernant les télécommunications et les télédiffusions doivent être coordonnés. Dans la même veine, il insiste pour que l'on s'attaque au marché noir et au marché gris des services par satellite au Canada, puisque leur nombre démontre que les services par satellite canadien titulaires d'une licence perdent possiblement entre 20 et 30 millions de dollars par mois à cause de ce problème.

Solutions proposées

Bon nombre des enjeux mentionnés par les distributeurs sont traités dans d'autres chapitres du présent rapport. Par exemple, au chapitre 9, on formule plusieurs recommandations concernant la nécessité d'adopter un cadre réglementaire uniforme pour la distribution des services de programmation par câble et par satellite et on y retrouve plusieurs solutions qui aideraient les petits câblodistributeurs à financer et à accroître certains services de programmations. Au chapitre 11, on retrouve une recommandation sur la propriété étrangère. Quant au chapitre 15, il y est question du marché gris et du marché noir de la télévision par satellite. Finalement, au chapitre 19, on propose plusieurs recommandations pour mieux coordonner les politiques de radiodiffusion et de télécommunications. Les enjeux relatifs à la concurrence et aux choix offerts aux consommateurs, les droits de licence de satellite et les droits de licence de la partie II sont abordés ci-dessous.

Concurrence et choix de consommation

Le Comité comprend les préoccupations des petits câblodistributeurs canadiens. Il note que plusieurs de ses membres ont visité une petite coopérative de câblodistribution — Access Communications — lors de leur visite à Regina, où on leur a appris combien il est difficile maintenant d'offrir un service de qualité comme ceux offerts par les grandes EDR. Le Comité comprend donc pourquoi les petits câblodistributeurs ont demandé plus de flexibilité en ce qui a trait à la mise en paquets des signaux et à la détermination des prix. Il comprend également pourquoi l'ACTC a proposé de faire du concept de « concurrence et choix de consommation » un objectif de politique de la *Loi sur la radiodiffusion*.

Toutefois, le Comité note que la *Loi sur la radiodiffusion* comporte déjà une disposition qui précise que les radiodiffuseurs privés devraient demeurer « réceptifs à l'évolution de la demande du public ». Or, selon le Comité, ce principe reconnaît implicitement la concurrence et le choix de consommation. En effet, que le secteur privé soit visé par la loi est une reconnaissance de fait que la concurrence et le choix de consommation sont reconnus comme faisant partie du système de radiodiffusion canadien et devraient en faire partie.

Droits de licence de satellite

Sur un autre sujet similaire, le Comité a été surpris d'apprendre que les entreprises de satellite du Canada estiment que les droits annuels de licence qu'elles versent pour les créneaux orbitaux sont disproportionnés par rapport à ce que paient leurs concurrents américains. Cependant, le Comité est d'avis qu'il serait prématuré de prendre position à ce sujet sans avoir procédé au préalable à une étude approfondie. En outre, cette question outrepasse le mandat de l'étude du Comité. Par conséquent, le Comité juge que le gouvernement fédéral devrait entreprendre un examen de ces droits afin de s'assurer qu'ils ne constituent pas un fardeau démesuré pour les entreprises canadiennes de satellite et qu'ils ne nuisent pas à leur capacité de faire face à la concurrence sur les marchés internationaux.

RECOMMANDATION 8.3 :

Le Comité recommande que le ministère concerné étudie les droits annuels pour les créneaux orbitaux imposés aux entreprises canadiennes de satellite afin de s'assurer qu'ils ne constituent pas un fardeau démesuré pour celles d'entre elles qui souhaitent percer sur les marchés internationaux.

Si l'on décide de réduire considérablement ces droits, une partie raisonnable des économies devrait être refilée aux radiodiffuseurs, aux entreprises de distribution et aux consommateurs.

Droits de licence de la partie II

Après de longues discussions, le Comité a conclu qu'on est en droit de se demander si l'objectif des droits de licence de la partie II est valable. Il craint que les droits de licence de la partie II ne soient, à toutes fins utiles, ni plus ni moins qu'une taxe (ou un impôt) supplémentaire

imposée aux radiodiffuseurs et aux distributeurs. Comme il est écrit plus haut, il y a des raisons à l'appui des droits de licence de la partie II, notamment la valeur du spectre pour les radiodiffuseurs et le privilège de détenir une licence de radiodiffusion à des fins commerciales[97]. Compte tenu des progrès technologiques et de la fragmentation de l'auditoire, ces raisons ne sont peut-être pas aussi valables aujourd'hui que par le passé. De plus, le Comité note que la ministre du Patrimoine canadien a suggéré en public que ces droits devraient faire l'objet d'une révision.

Le Comité sait également que le total des droits de licence (partie I et la partie II) que paient les radiodiffuseurs ont augmenté beaucoup plus rapidement que les prix depuis la dernière révision de la *Loi sur la radiodiffusion*. Les droits perçus excèdent de loin les coûts de fonctionnement du CRTC et ils sont beaucoup plus élevés que le total des droits de licence exigés des entreprises de télécommunications[98]. Le Comité pense cependant qu'il serait imprudent pour le moment de recommander l'élimination des droits de licence de la partie II. Le Comité estime que le ministère des Finances et le Conseil du Trésor doivent analyser en détail cette question afin de déterminer la raison d'être de ces droits et s'ils sont justes. Par conséquent :

RECOMMANDATION 8.4 :

Le Comité recommande que le ministère des Finances et le Conseil du Trésor, en collaboration avec le ministère du Patrimoine canadien et le CRTC, analysent les motifs et l'équité des droits de licence de la partie II que doivent actuellement payer les radiodiffuseurs et les distributeurs, et qu'ils les éliminent s'ils sont discriminatoires. Les résultats de cette analyse devraient être présentés au Parlement au plus tard un an après le dépôt du présent rapport.

Le Comité est conscient que l'élimination des droits de licence de la partie II est peut-être une question d'équité et ne signifierait pas automatiquement que les radiodiffuseurs et les distributeurs canadiens consacreraient davantage d'argent au système de radiodiffusion canadien. Le Comité est préoccupé par la nécessité de trouver d'autres sources de revenus pour les émissions canadiennes. Il estime qu'au moins une partie des sommes recueillies devraient être réinvesties dans le système de radiodiffusion canadien, particulièrement dans la production d'émissions de qualité à contenu canadien. C'est pourquoi il croit que le CRTC devrait

négocier avec les radiodiffuseurs et les distributeurs afin qu'ils réinvestissent dans le système de radiodiffusion canadien si les droits de licence de la partie II sont abolis. Par conséquent :

RECOMMANDATION 8.5

Si l'on détermine que les droits de licence de la partie II devraient être abolis ou réduits, le Comité recommande que le CRTC, après consultation du ministère du Patrimoine canadien et des intervenants concernés de l'industrie de la radiodiffusion, soit encouragé à élaborer un plan pour réaffecter l'ensemble ou une partie des droits dans le système de radiodiffusion canadien.

Par exemple, les fonds réaffectés pourraient servir à la création d'émissions canadiennes originale, à la transition vers les technologies numériques ou au programme d'initiative de radiodiffusion locale pour les partenariats de radiodiffusion communautaire, locale et régionale (voir le chapitre 9).

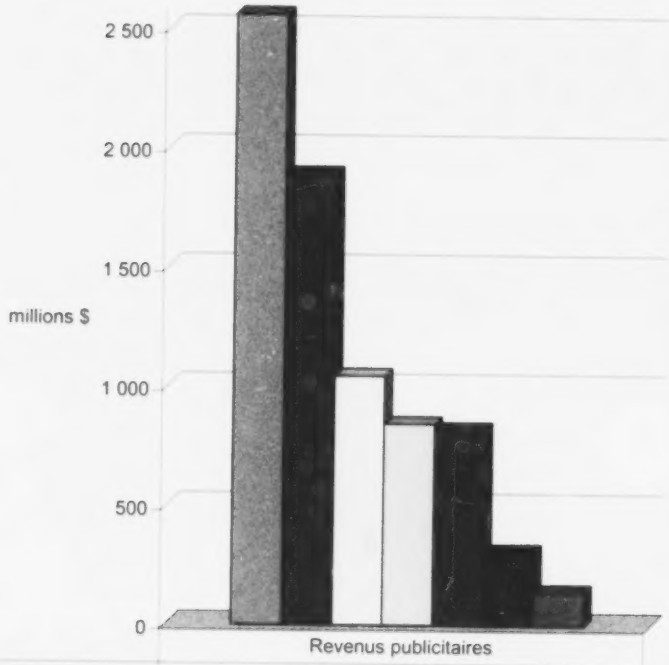
F. Publicité

Historiquement, les radiodiffuseurs privés ont toujours compté sur la publicité. Grâce à l'importance croissante du câble dans les années 1970 et 1980 et les services par satellite et numériques de nos jours, les revenus d'abonnements tiennent une part toujours plus importante dans le modèle d'affaires de la diffusion. Les percées technologiques récentes ont mis plus de pression sur le modèle d'affaires basé sur la publicité. Or la publicité demeure un élément crucial dans le système de radiodiffusion d'aujourd'hui.

La figure 8.32 montre dans quelle mesure la publicité est importante pour la télévision et la radio. On peut voir qu'en 2001, la publicité pour tous les médias canadiens valait environ 7,6 milliards de dollars, dont 3,5 milliards de dollars générés par la télévision et la radio.

Tel que mentionné plus tôt, les deux principales sources de revenus dans le domaine de la diffusion sont la publicité et les abonnements. Les services radiophoniques privés et les télédiffuseurs conventionnels comptent sur les recettes publicitaires. En 2001, les recettes publicitaires représentaient 98 % du revenu total des services radiophoniques privés et

Figure 8.32 Revenus publicitaires gagnés par les secteurs canadiens des médias, 2001



	Revenus publicitaires
Télévision	2 560
Quotidiens	1 891
Radio	1 045
Magazines	845
Hebdomadaires	820
Panneaux-réclames	310
Internet	142

Total : 7,6 milliards $

94 % des télédiffuseurs conventionnels[99]. La télévision payante et les chaînes spécialisées engrangent aussi des recettes publicitaires. En 2001, les recettes publicitaires atteignaient 438 millions, soit environ 29 % de leur revenu total. Les diffuseurs de télévision payante et les chaînes spécialisées tirent le gros de leurs revenus des abonnements, qui leur sont versés par des sociétés de câblodistribution et de DTH. Les EDR tirent presque tous leurs revenus des frais d'abonnements[100].

Les radiodiffuseurs ont de nombreux concurrents pour les revenus de publicité. Les changements dans le nombre et le type de concurrents, cependant, peuvent influer sur le vendeur individuel de publicité. Par exemple, la croissance de services payants et spécialisés a pris certains revenus aux télédiffuseurs conventionnels (et à d'autres médias)[101]. Mais un plus grand nombre de canaux de télévision ne signifie pas nécessairement que la part de la télévision aux revenus de publicité va nécessairement augmenter. La fragmentation donne lieu à de plus petits auditoires pour un canal — les réseaux classiques ne peuvent plus diffuser à un tiers des téléspectateurs — et les annonceurs peuvent préférer placer leur publicité dans les magazines dont les lecteurs partagent certaines caractéristiques[102].

Un autre problème vient du fait que la technologie par satellite permet aux téléspectateurs de l'Ouest de voir certaines émissions américaines avant qu'elles ne soient diffusées à leur heure habituelle dans leur région. Cette situation a des répercussions sur les revenus publicitaires des radiodiffuseurs canadiens. Ainsi, l'émission *Friends* peut occuper la case horaire de 21 h HNE d'une station de Toronto et celle de 21 h HNC d'une station de Winnipeg. Étant donné que les abonnés aux services par satellite peuvent recevoir le signal de la station de Toronto et celui de la station de Winnipeg, ils peuvent regarder *Friends* une heure plus tôt. Le radiodiffuseur de Toronto et son homologue de Winnipeg peuvent tous les deux demander la substitution de signaux identiques pour la chaîne américaine qui diffuse *Friends* à la même heure. Cela signifie que les téléspectateurs du Manitoba qui choisissent de regarder la première diffusion de *Friends* verront les messages publicitaires de Toronto. Si les Manitobains sont nombreux à regarder la première diffusion de *Friends*, cela pourrait accroître la valeur de la publicité non locale de la station de Toronto, et réduire la valeur de la publicité locale de la station de Winnipeg.

Les changements technologiques peuvent également influer autrement sur la publicité de la télévision. Par exemple, les enregistreurs personnels de vidéo permettent aux téléspectateurs de passer outre les annonces commerciales, soit en ne les enregistrant pas ou en les sautant lors du visionnement. Aussi, les télécommandes de certains magnétoscopes sont dotées de boutons qui font avancer le ruban à intervalles de trente secondes. Et les annonces publicitaires qui ne seront pas visionnées perdent leur valeur. Par ailleurs, la technologie pourrait rendre la publicité à la télévision plus attrayante en permettant la télévision interactive (TVi) ou des publicités ciblées ou basées sur le profil des émissions visionnées.

Plusieurs groupes qui se sont présentés devant le Comité ont soulevé des questions traitant de la publicité dans le système de radiodiffusion canadien. L'Association canadienne des annonceurs, par exemple, a fait ressortir l'importance des recettes publicitaires pour le système de radiodiffusion canadien :

> La publicité est par ailleurs la principale source de financement du système de radiodiffusion canadien. On estime que l'an dernier, les dépenses nettes en publicité ont rapporté quelque 10,3 milliards de dollars en revenu aux entreprises médiatiques canadiennes. Sur ce total, approximativement 2,5 milliards de dollars sont investis annuellement dans la publicité télévisuelle, et environ 1 milliard de dollars, dans la publicité radiophonique. [...] au moins 51 % viennent directement des ventes de temps d'antenne pour la publicité, ce qui fait du secteur le plus important contributeur de fonds au système canadien de radiodiffusion[103].

L'Association demande également plus d'occasions pour les annonceurs canadiens dans le système de radiodiffusion canadien :

> Manifestement, la publicité compte pour beaucoup dans l'économie de notre pays. La publicité paie le contenu des émissions qui divertissent et informent la population canadienne. À ce titre, il est important qu'elle reste un outil de commercialisation utile pour les publicitaires et qu'elle soit concurrentielle, libre et efficace. Nous favorisons par conséquent un accès universel à la radiodiffusion en donnant le choix à tout le monde. Nous demandons que tous les nouveaux services homologués soient financés par la publicité. Enfin, nous avançons que la radio de la CBC et de la SRC, de même que le contribuable canadien, pourrait grandement bénéficier de l'apport de la publicité[104].

Le Regroupement pour la création de crédits d'impôt pour les publicités canadiennes, en plus de s'intéresser à maintenir le rôle de la publicité dans le système de radiodiffusion canadien, a souligné que les Canadiens produisent moins d'annonces commerciales pour la télévision canadienne.

> Les statistiques sont difficiles à réunir, mais nous estimons dans notre secteur qu'au début des années 1990 nous produisions chez nous plus de 80 % des publicités radiodiffusées par les stations de télévision canadiennes. À la fin de cette décennie, ce pourcentage était tombé à 50 %. Toutefois, il ne faut pas considérer uniquement la diminution globale. Étant donné que la publicité faite par les gouvernements — qui restent les principaux annonceurs dans

> notre pays — continue à être produite chez nous de même que celle qui porte sur des produits et des services propres à notre pays comme les banques ou la bière, si l'on considère uniquement les produits et les services destinés au consommateur, les automobiles, par exemple, on s'aperçoit que pratiquement toutes ces publicités sont importées, ce qui représente un gros changement par rapport à ce qui se passait il y a 10 ans ...[105].

Et pour s'occuper de ce problème apparent, les parties intéressées ont formé une coalition spéciale : Regroupement pour la création de crédits d'impôt pour les publicités canadiennes. Ce groupe a fait ressortir l'importance économique et culturelle de la publicité canadienne. Il a également fait remarquer que l'Australie s'est attaquée à un problème semblable en obligeant les radiodiffuseurs à présenter un certain pourcentage d'annonces commerciales produites en Australie. Ceci étant dit, l'organisme préfère l'approche du crédit d'impôt :

> ... en modifiant légèrement le régime actuel de crédits d'impôt, vous pourriez fournir une mesure incitative aux producteurs de publicités télévisées au Canada équivalant aux crédits d'impôt mis à la disposition des producteurs de films et d'émissions télévisées. Une réglementation appropriée devrait être mise en place à l'intention de productions plus réduites qu'un film ou qu'une émission télévisée, mais nous estimons que ça pourrait marcher[106].

Dans sa présentation devant le Comité, M. Alain Gourd, vice-président exécutif de Bell Globemedia, a également commenté le rôle changeant de la publicité dans le domaine de la radiodiffusion :

> Un premier changement s'est opéré au niveau de la source des recettes du système canadien de télévision. Ce modèle de revenu, qui se fondait à l'époque sur la publicité, se transforme maintenant en un modèle axé sur les abonnements. À l'heure actuelle, plus de la moitié des recettes globales du système canadien de télédiffusion dépend des abonnements, et la publicité ne représente plus qu'un tiers des recettes globales. Cette situation est exacerbée davantage par la fragmentation, c'est-à-dire qu'un plus grand nombre de canaux canadiens se disputent une seule source de publicité consolidée.
>
> Si la tendance se poursuit, si nous ne permettons pas à la télévision générale conventionnelle d'avoir accès aux recettes des abonnements, nous mettrons en péril l'avenir de tout le modèle économique pour la télévision générale de langues française et anglaise, qui est un des principaux moyens de notre expression culturelle[107].

Finalement, M. Dean Butler, directeur des Services aux médias et président du Conseil des médias de Vancouver, a fait valoir que la fragmentation et la disponibilité des réseaux nationaux par câble et par satellite ont changé la face du marché local traditionnel pour la publicité. Il a allégué que c'est de plus en plus le cas des radiodiffuseurs qui vendent de la publicité pour un marché national et que cette publicité coûte beaucoup trop cher pour les marchands locaux. Et le résultat est le suivant :

> ... il devient très difficile de fonctionner à l'échelle régionale en raison de ce type de concurrence. On privilégie manifestement les points de vue et les intérêts nationaux, ce qui empêche de soutenir l'économie régionale. Je ne crois pas que les stations de télévision régionales puissent fonctionner dans ce genre d'environnement, et je crois que les stations de télévision locales, des stations comme CKPG Prince George, une station affiliée du réseau CBC — finiront par ne servir que de stations-relais, parce qu'elles ne pourront pas vendre de publicité localement. Par conséquent, sur le plan économique, les marchés locaux ont vraiment perdu l'avantage d'avoir une station de télévision sur leur propre marché[118].

M. Butler a également donné un exemple personnel de la façon dont les coûts de publicité dans sa région de la Colombie-Britannique ont augmenté durant la dernière décennie :

> J'ai [...] acheté de la publicité télévisée à Vancouver il y a 10 ans au coût de 100 $ le point pour 200 points. Cela représente 20 000 $ par semaine. Pour acheter le même temps d'antenne aujourd'hui, il faudrait payer 500 $ le point. Aujourd'hui le même temps d'antenne coûte 10 fois plus cher et représenterait donc 200 000 $. En 10 ans, les coûts ont décuplé[119].

Finalement, M. Butler a fait ressortir l'importance, pour les marchands canadiens — ceux qui veulent acheter du temps de publicité des radiodiffuseurs — de la concentration de la propriété, avec un possible contrôle étranger, dans l'industrie de la publicité.

> Dans notre propre industrie, nous assistons à la fusion à grande échelle des agences de publicité. Il exige peut-être quatre ou cinq grandes agences au Canada qui sont désormais plus ou moins contrôlées à partir de New York. On m'a carrément dit que je ne peux pas lutter contre New York. Notre industrie est en train d'être décimée par la concentration de la propriété non seulement dans le secteur des médias mais dans le secteur de la publicité même. Toute

> mesure que nous pourrons prendre pour accroître la concurrence s'avérera par conséquent bénéfique pour notre pays et surtout pour notre région en Colombie-Britannique, où le contrôle du secteur de la publicité risque de nous échapper[10].

Bref, les radiodiffuseurs et les publicistes ont souligné les pressions concurrentielles auxquelles ils font face dans le marché fragmenté que nous connaissons aujourd'hui. De fait, la politique de 1999 du CRTC sur la télévision indique que :

> Le système canadien de radiodiffusion évolue dans un environnement de plus en plus compétitif. Dans ce contexte, les titulaires ont besoin de la souplesse requise pour attirer le plus vaste auditoire possible et continuer à accroître leurs recettes publicitaires. Le Conseil croit que, dans ces conditions, les titulaires exigeront des émissions de haute qualité pour fidéliser les auditoires[11].

Ceci dit, la prochaine section propose quelques solutions qui, selon le Comité pourraient aider les intervenants de l'industrie à surmonter ces pressions concurrentielles.

Solutions proposées

Crédits d'impôt et mesures incitatives

Le Comité comprend parfaitement l'importance de la publicité pour le système de radiodiffusion canadien et reconnaît qu'elle joue depuis le tout début un rôle de premier plan dans la santé et le dynamisme de ce secteur. Il convient avec les témoins que les changements qui affectent le marché de la publicité ajoutent de nouvelles pressions sur la production et l'achat des messages publicitaires. En outre, il est intrigué par la proposition du Regroupement pour la création de crédits d'impôt pour les publicités canadiennes de modifier le système actuel des crédits d'impôt de façon à créer des incitatifs pour la production de messages publicitaires canadiens. Il accepte également l'idée d'obliger les radiodiffuseurs à montrer un certain pourcentage de messages publicitaires canadiens. Par conséquent :

RECOMMANDATION 8.6 :

Le Comité recommande que le gouvernement du Canada étudie le système actuel de crédits d'impôt pour les annonceurs en vue de le modifier pour qu'il encourage une production accrue de messages publicitaires canadiens à l'échelle locale, régionale et nationale.

De plus :

RECOMMANDATION 8.7 :

Le Comité recommande que le CRTC étudie la possibilité d'obliger les radiodiffuseurs canadiens à montrer un certain pourcentage de messages publicitaires canadiens.

Publicité pharmaceutique

Des témoins de l'industrie se sont interrogés sur l'interdiction frappant la publicité pharmaceutique. Par exemple, l'ACR a milité en faveur de révisions législatives qui permettraient d'accroître le nombre d'annonceurs potentiels dans le milieu de la radiodiffusion. Elle a expliqué que les politiques vieilles de 50 ans sur la publicité pharmaceutique contenues dans la *Loi sur les aliments et drogues* empêchent des millions de dollars d'être investis dans le système de radiodiffusion canadien[12]. Plus loin, l'ACR affirme que ces recettes perdues contribueraient à la production canadienne.

Comme il l'a indiqué précédemment, **le Comité apprécie l'importance de la stabilité financière des radiodiffuseurs privés. Il sait que la publicité pharmaceutique représente fort probablement des millions de dollars de nouveaux revenus pour les radiodiffuseurs canadiens. Le Comité note toutefois que cette question déborde du cadre de son mandat.**

Notes en fin de chapitre

[1] Manon Lamontagne, « Programmation canadienne de langue française », www.museum.tv.
[2] Voir le chapitre 5 pour en savoir plus sur Téléfilm Canada et le financement des productions indépendantes.
[3] Fonds canadien de télévision, *Rapport d'activités 2001-2002*, p. 8.
[4] Voir le chapitre 5 pour plus de détails sur les coproductions.
[5] Réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, 16 avril 2002.
[6] *Ibid.*
[7] Réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, 9 mai 2002.
[8] *Ibid.*
[9] *Ibid.*
[10] *Ibid.*
[11] *Ibid.*
[12] *Ibid.*
[13] Voir le chapitre 11.
[14] Alexander Crawley, directeur général, Caucus canadien de la vidéo et du cinéma indépendants, Réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, 9 mai 2002.
[15] *Ibid.*
[16] Voir, par exemple, la décision 2002-457 du CRTC. Cette décision impose une limite de 25 % à la production affiliée pour CTV.
[17] *Ibid.*
[18] *Ibid.*
[19] *Ibid.*
[20] *Ibid.*
[21] Réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, 30 avril 2002.
[22] Réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, 9 mai 2002.
[23] *Ibid.*
[24] Réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, 16 avril 2002.
[25] T.J. Allard, *Straight up: Private Broadcasting in Canada 1918-1958*, La Fondation des communications canadiennes, Ottawa, 1979, p. 60.
[26] *Ibid.*, p. 44.
[27] *Ibid.*, p. 140.
[28] Avis public CRTC 1998-41.
[29] Avis public CRTC 1998-41.
[30] Voir www.crtc.gc.ca.
[31] *Ibid.*
[32] Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes, *Rapport de surveillance de la politique sur la radiodiffusion*, 2002, p. 29.
[33] Avis public CRTC 1995-196.
[34] Voir www.cab-acr.ca.
[35] *Ibid.*
[36] Avis public CRTC 1996-114.
[37] Voir www.cab-acr.ca.
[38] Réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, 8 novembre 2001.
[39] Réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, 21 mars 2002.
[40] *Ibid.*
[41] *Ibid.*
[42] *Ibid.*
[43] *Ibid.*
[44] *Ibid.*
[45] *Ibid.*
[46] *Ibid.*
[47] *Ibid.*
[48] *Ibid.*
[49] Aux fins de la figure, il importe d'établir une distinction entre « service » et réseau ». Par exemple, la Société Radio-Canada a deux réseaux conventionnels — un de langue anglaise, l'autre de langue française. Elle exploite également 15 services de langue anglaise et 8 de langue française. Elle est aussi affiliée à 18 services privés de langue anglaise et 5 de langue française.

50 Communications Management inc. *Trends in advertising and subscription revenues in the Canadian television system*, 2003.
51 Association canadienne des radiodiffuseurs. *Canadian Television: Telling Our Stories — TV Board Submission*, 30 juin 1998, p. 67.
52 Avis public CRTC 1997-97.
53 Association canadienne de production de film et télévision. *Profil 2001 – Rapport économique sur la production cinématographique et télévisuelle au Canada*, février 2003, p. 2.
54 Fond canadien de télévision. *Un an de télévision canadienne*. Rapport d'activités de 2001-2002, p. 19.
55 Association canadienne de production de film et télévision. *Profil 2001*.
56 Réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, 8 novembre 2001.
57 Réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, 21 mars 2002.
58 *Ibid.*
59 *Ibid.*
60 *Ibid.*
61 *Ibid.*
62 *Ibid.*
63 *Ibid.*
64 *Ibid.*
65 *Ibid.*
66 *Ibid.*
67 Dans le domaine de la radiodiffusion, le terme « droit » a plusieurs usages différents, et porte parfois à confusion. Sauf tout récemment pour les petits câblodistributeurs (les anciennes compagnies de classe 3), une licence du CRTC était exigée pour faire partie du système de radiodiffusion canadien. Ceux qui participaient au système payaient des droits de licence au CRTC. De plus, les diffuseurs paient des droits de licence aux producteurs des émissions qu'ils utilisent; ces droits de licence sont semblables à un paiement de location pour une auto; le diffuseur paie le droit de diffuser une émission un certain nombre de fois durant une certaine période de temps sur un certain marché. Cette section traite des droits de licence payés au CRTC.
68 Les trois colonnes de gauche présentent des montants en argent. Les deux colonnes de droite présentent des montants facturés (partie I) et imposés (partie II) par le CRTC lors de chaque exercice financier. Ces montants ne comprennent aucune réserve pour créances irrécouvrables, aucune radiation, aucun rajustement de comptes, aucune recouvrement de créances des exercices précédents ni intérêt porté par des montants dus. Par conséquent, les sommes indiquées peuvent différer de celles inscrites dans les documents officiels du gouvernement sur les comptes publics ou la partie III du Budget des dépenses (Rapport sur le rendement du CRTC).
69 Glenn O'Farrell, président et directeur général, Association canadienne des radiodiffuseurs. Réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, 21 mars 2002.
70 *Ibid.*
71 Association canadienne de télévision par câble. *Statistiques de la câblodistribution canadienne*, www.actc.ca.
72 Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes. *Ce que vous devriez savoir au sujet des services de radiodiffusion par satellite au foyer*, voir www.crtc.gc.ca.
73 Ces distributeurs offrent leurs services au moyen de fréquences micro-ondes.
74 Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes. *Distribution de programmation télévisée — émergence du numérique*, voir www.crtc.gc.ca.
75 Réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, 19 février 2002.
76 *Ibid.*
77 *Ibid.*
78 *Ibid.*
79 *Ibid.*
80 Le décalage devient possible lorsqu'un distributeur fournit deux entrées ou plus pour le signal d'un diffuseur donné provenant de deux fuseaux horaires différents. Cette pratique a l'avantage de donner aux auditeurs plus de souplesse et de choisir quand ils veulent voir une émission. L'inconvénient, c'est qu'elle éloigne les auditeurs des postes locaux et, par extension, nuit aux recettes publicitaires locales. De plus, étant donné que seules les sociétés de communication par satellite ont l'autorisation d'offrir des signaux multiples de stations locales, les entreprises de câblodistribution se trouvent désavantagées sur le plan concurrentiel.

81 Réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, 19 février 2002.
82 Yves Mayrand, vice-président, Affaires juridiques et secrétariat, COGECO Inc., Réunion permanent du patrimoine canadien, 19 février 2002.
83 Réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, 19 février 2002.
84 *Ibid.*
85 *Ibid.*
86 *Ibid.*
87 *Ibid.*
88 *Ibid.*
89 Réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, 11 avril 2002.
90 *Ibid.*
91 *Ibid.*
92 *Ibid.*
93 *Ibid.*
94 *Ibid.*
95 *Ibid.*
96 *Ibid.*
97 Par exemple, les bénéfices commerciaux comprennent des obstacles à l'entrée.
98 Voir la figure 8.23.
99 Les radiodiffuseurs publics tirent également des revenus de la publicité, mais seulement du côté de la télévision. La SRC, pour l'exercice financier 2000-2001, a reçu environ 450 millions de dollars en recettes publicitaires, ce qui représente environ 29 % de ses fonds d'exploitation courants. Le gros du financement pour les radiodiffuseurs publics, bien entendu, provient du gouvernement.
100 Il importe cependant de réaliser que les catégories pour les secteurs ne sont pas étanches, un point qui est repris ci-dessous dans la section concernant la propriété des médias. Juste à titre d'exemple, BCE possède un service par satellite, Bell ExpressVu, un télédiffuseur général, CTV, et divers canaux spécialisés. De plus, si on regarde les changements survenus d'année en année dans les flux de revenus pour un secteur de la radiodiffusion ou si on compare les changements dans les revenus des divers secteurs, on peut être induit en erreur. Les recettes publicitaires ont tendance à être plus cycliques que les revenus d'abonnements, de sorte que les changements observés peuvent en dire davantage au sujet de la position de l'économie dans le cycle des affaires que sur la viabilité économique du secteur de la radiodiffusion.
101 Les revenus d'abonnements, même s'ils sont probablement plus stables tout au long du cycle des affaires que les recettes publicitaires, peuvent aussi être incertains. Des revenus d'abonnements reçus par les EDR sont transmis à la télévision payante et aux canaux spécialisés fournis par les distributeurs, mais à mesure que les canaux augmentent en nombre, le paiement moyen du distributeur au canal peut diminuer. Les revenus d'abonnement reçus par les EDR individuels sont aussi soumis aux pressions concurrentielles. Le câble a déjà profité du monopole sur la plupart des marchés, mais la distribution par satellite constitue maintenant une menace, en particulier sur les plus petits marchés.
102 Un bon exemple de changement de média par un annonceur est survenu à la fin de septembre 2002 lorsque Sears Canada, un des annonceurs le plus important au pays, a fait savoir qu'il réduisait les annonces imprimées et qu'il augmentait ses dépenses de publicité radiophonique et télévisée. Voir Marina Strauss, « Sears Changing Its Marketing », *Globe & Mail*, 27 septembre 2002, p. B2.
103 David Harrison, président, Harrison Young Pyssmen and Newell, Institute of Communications and Advertising, Association canadienne des annonceurs, Réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, 18 avril 2002.
104 Ronald Lund, président directeur général, Association canadienne des annonceurs, Réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, 18 avril 2002.
105 Rupert Brendon, président, Institute of Communications and Advertising, Regroupement pour la création de crédits d'impôt pour les publicités canadiennes, Réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, 9 mai 2002.
106 Thor Bishopric, président, Regroupement pour la création de crédits d'impôt pour les publicités canadiennes, Réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, 9 mai 2002.

107 Réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, 21 mars 2002.
108 Réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, 10 décembre 2002.
109 *Ibid.*
110 *Ibid.*
111 Avis public CRTC 1999-97.
112 Réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, 21 mars 2002.

ÉTAT DU SYSTÈME

Chapitre 9

Radiodiffusion communautaire, locale et régionale

Au début de la radio, la programmation n'était pas spécialement conçue pour des auditoires communautaires, locaux, régionaux ou nationaux parce que les contraintes technologiques empêchaient la plupart des radiodiffuseurs — à l'exception des réseaux radiophoniques exploités par la Compagnie des chemins de fer nationaux du Canada — de joindre la population au-delà d'un certain périmètre de rayonnement. En outre, à partir des années 1930, la réglementation a fait de la programmation radio nationale le domaine exclusif du radiodiffuseur public national, à savoir la CCR qui est par la suite devenue la SRC.

Toutefois, la réglementation ne pouvait en faire de même au sujet de la télévision canadienne. En raison des coûts élevés de production de matériel audiovisuel, la plupart des stations de télévision ont dû dès le départ s'affilier à des réseaux ou se procurer des émissions auprès d'autres sources. En conséquence, contrairement à la radio, plusieurs réseaux de télévision privés ont vu le jour au fil du temps, notamment CTV, TVA, Global et TQS.

Dans les années 1970, les Canadiens avaient largement accès à la câblodistribution. Les entreprises de câblodistribution retransmettaient les signaux hertziens en améliorant souvent de beaucoup la qualité de la réception. De plus, la câblodistribution permettait la distribution de signaux éloignés provenant d'autres villes, provinces, régions et pays, notamment les États-Unis. Ainsi, les Canadiens, depuis St. John's jusqu'à Victoria, pouvaient sans problème et à prix abordable regarder les meilleures émissions canadiennes et américaines.

Même si la transmission par câble ne dépendait pas des ondes publiques, le CRTC a reconnu que les entreprises de distribution de radiodiffusion pouvaient servir l'intérêt public des Canadiens. C'est pourquoi, en 1975, il a imposé aux câblodistributeurs des conditions de licence, notamment des attentes selon lesquelles les câblodistributeurs devaient s'acquitter des tâches suivantes :

- distribuer une programmation communautaire locale;

- favoriser la participation des citoyens;
- donner l'occasion à autant de personnes et de groupes que possible de présenter des idées, fournir les installations et le personnel nécessaires à la formation de personnes et de groupes faisant partie de la collectivité;
- établir des comités consultatifs dont les membres sont issus de la collectivité;
- permettre aux citoyens d'aider à exploiter le canal communautaire sans réduire la responsabilité ultime du titulaire en ce qui a trait à la programmation distribuée;
- dans la mesure du possible, permettre à la collectivité de voir des émissions en direct.

Dans le cadre de ses audiences et de ses déplacements, le Comité a constaté que les innovations technologiques et la fragmentation des auditoires ont ébranlé le modèle traditionnel de radiodiffusion communautaire, locale et régionale. Il a appris que les Canadiens laissent tomber les sources de radiodiffusion traditionnelles pour se tourner vers une multitude de nouveaux services. Les témoins ont dit avoir l'impression que l'accès aux services de radiodiffusion communautaires est de plus en plus restreint. Des témoins lui ont également confié que la diffusion de contenu télévisuel local et régional de grande qualité est de moins en moins rentable et qu'elle risque donc de disparaître complètement.

Dans le présent chapitre, nous examinons la situation actuelle et les perspectives d'avenir de la radiodiffusion communautaire, locale et régionale au Canada. Aux fins de la discussion, les questions ont été divisées selon la définition qu'en a le CRTC et la façon dont les témoins les utilisent. *Radiodiffusion communautaire* s'entend de la prestation de services de radio et de télévision communautaires ainsi qualifiés par le CRTC; radiodiffusion *locale* concerne les questions soulevées par les témoins au sujet de la présentation d'émissions locales de nouvelles et autres que de nouvelles; radiodiffusion *régionale* traite des préoccupations particulières en matière de programmation qu'ont les entreprises de programmation régionales et les radiodiffuseurs éducatifs provinciaux.

A. Radiodiffusion communautaire

Deux dispositions de la *Loi sur la radiodiffusion* traitent de la radiodiffusion communautaire. Le paragraphe 3(1)*b)* porte que « le système canadien de radiodiffusion, composé d'éléments publics, privés et communautaires, utilise [une] programmation essentiellement en français et en anglais ». Le sous-alinéa 3(1)*l)*(iii) précise que « la programmation offerte par le système canadien de radiodiffusion devrait à la fois [...] renfermer des émissions éducatives et communautaires ».

Le Comité signale qu'il est extrêmement difficile de tenir une discussion cohérente et méthodique au sujet de la prestation de services radiophoniques et télévisuels communautaires parce qu'au fil du temps, le CRTC a élaboré à l'intention de ces radiodiffuseurs un ensemble complexe de politiques et d'attentes, notamment les politiques concernant les canaux communautaires du câble, la télévision à caractère ethnique, la télévision de faible puissance, la radio communautaire, la radio à caractère ethnique, la radio de faible puissance, la radio de campus et les services de télévision et de radio pour les minorités francophones hors Québec. Par souci de clarté, nous ne traiterons dans la présente partie que des services de télévision et de radio communautaires[1].

Télévision communautaire

En 1975, le CRTC a imposé les attentes suivantes aux canaux communautaires du câble :

> Trouver des collectivités, notamment des quartiers, des arrondissements et, s'il y a lieu, des villes, et donner la possibilité aux citoyens et aux groupes qui en font partie d'exprimer leurs idées et leurs besoins; relater les activités des conseils municipaux et des conseils scolaires; trouver des personnes et des groupes qui ont des intérêts communs et leur offrir la possibilité de s'exprimer; refléter s'il y a lieu la nature bilingue des collectivités desservies[2].

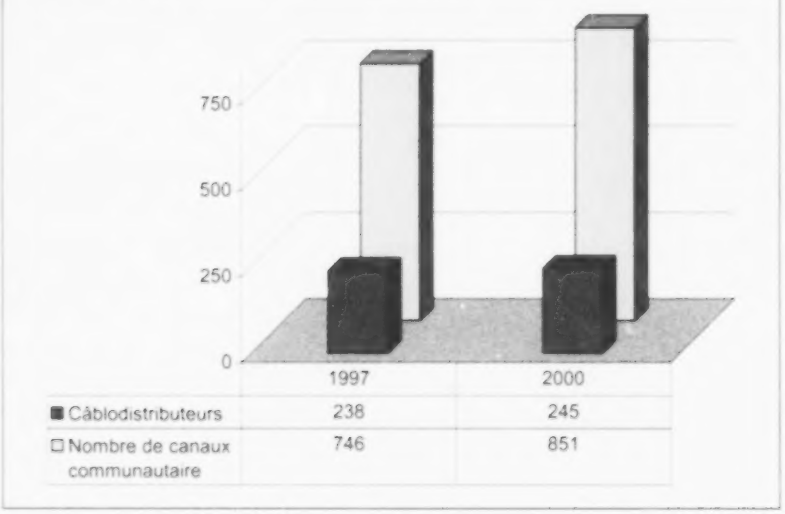
Ces principes — qui accordent une grande importance à la participation des citoyens — sont essentiellement les mêmes que ceux qui sous-tendent la politique actuelle du CRTC dans ce secteur.

En 1986, le Groupe de travail sur la politique de la radiodiffusion a avancé dans son rapport que la radiodiffusion communautaire « doit être considérée comme un tiers secteur essentiel de la radiodiffusion si nous

voulons atteindre l'objectif d'assurer un accès raisonnable au système[3] ». Cinq ans plus tard, en 1991, la *Loi sur la radiodiffusion* révisée a fait de la radiodiffusion communautaire l'un des trois éléments du système plutôt que de la considérer comme un complément des services publics et privés. En 1997, le CRTC a toutefois décidé que les entreprises de câblodistribution ne seraient plus obligées d'offrir un canal communautaire parce qu'il croyait que les moyens d'expression locale continueraient d'être mis à la disposition de la population sans l'imposition d'exigences réglementaires[4].

La décision du CRTC d'assouplir la réglementation des entreprises de câblodistribution a naturellement incité de nombreuses personnes à prédire une diminution du nombre de canaux communautaires. Les faits prouvent toutefois que ces craintes n'étaient pas fondées. En effet, comme le montre la figure 9.1, le nombre de canaux communautaires a augmenté entre 1997 et 2000.

Figure 9.1 Nombre total de câblodistributeurs effectuant des contributions à la télévision communautaire, 1997 / 2000



	1997	2000
■ Câblodistributeurs	238	245
□ Nombre de canaux communautaire	746	851

En outre, durant cette période, le nombre total de réseaux de câblodistributeurs qui soutenaient des canaux communautaires a connu une légère augmentation, passant de 238 en 1997 à 245 en 2000. Bien sûr, ces chiffres ne nous apprennent rien au sujet de la qualité ou des genres de services offerts ; ils ne nous permettent pas non plus de savoir si ces canaux atteignent les objectifs de la politique du CRTC en matière de programmation communautaire.

Politique du CRTC relative aux médias communautaires (2002)

Le 10 octobre 2002, le CRTC a publié un nouveau cadre stratégique pour les médias communautaires[5]. Le Conseil considère que la nouvelle politique devrait :

> ... assurer la création et la présentation accrues d'une programmation communautaire produite localement et reflétant la réalité locale et encourager la diversité des voix et des solutions de remplacement en favorisant l'arrivée de nouveaux venus à l'échelon local[6].

Principaux éléments de la politique du CRTC relative à la télévision communautaire (2002)

La télévision communautaire doit :

- **susciter un taux élevé de participation des citoyens et de collaboration de la collectivité à la programmation communautaire;**
- **informer activement les citoyens qu'ils ont accès au canal communautaire, dispenser des programmes de formation et les faire connaître;**
- **mettre en place des mécanismes de rétroaction, tels que des comités consultatifs, pour inciter les téléspectateurs à réagir à la gamme et aux types d'émissions présentées;**
- **chercher à obtenir des idées nouvelles et des points de vue différents;**
- **trouver des moyens raisonnables et équilibrés qui permettent l'expression d'opinions divergentes sur des sujets d'intérêt public;**
- **tenir compte des langues officielles et de la composition ethnique et autochtone de la collectivité;**
- **couvrir les événements locaux;**
- **annoncer sa grille-horaire.**

La nouvelle politique réaffirme en outre le rôle que joue le canal communautaire en tant que « service public qui facilite l'expression locale grâce à un accès libre et ouvert aux membres de la collectivité[3] ». La politique mentionne que les canaux communautaires devraient compléter la programmation offerte par les radiodiffuseurs conventionnels et que « le meilleur moyen de respecter l'orientation de service public du canal communautaire passe par un financement stable. Ce financement, qui est assuré par les titulaires de licences de câblodistribution, limite la dépendance importante associée à des recettes publicitaires[4] ».

Nouveaux éléments de la politique relative à la télévision communautaire

- Les propriétaires des canaux communautaires sont dorénavant tenus de présenter au moins 60 % d'émissions locales au cours de chaque semaine de radiodiffusion;
- Les titulaires de licence de câblodistribution doivent dorénavant promouvoir l'accès des citoyens au canal communautaire, de même qu'offrir et annoncer des programmes de formation pertinents;
- Les canaux communautaires de télévision par câble sont dorénavant tenus de consacrer au moins 30 % et au plus 50 % de la semaine de radiodiffusion à des émissions d'accès (émissions locales créées et produites par des membres de la communauté);
- Des mesures précises ont été prises pour garantir un accès équitable aux entreprises de télévision sans but lucratif, dont la raison d'être est de produire des émissions pour la télévision communautaire locale;
- Une utilisation limitée de présentations visuelles animées dans les messages de commandite est dorénavant autorisée;

- **Les groupes communautaires sans but lucratif peuvent demander au CRTC de leur accorder une licence pour exploiter une *entreprise de programmation communautaire* dans des secteurs où les câblodistributeurs choisissent de ne pas exploiter de canaux communautaires;**

- **L'autopublicité des câblodistributeurs au canal communautaire est dorénavant limitée à deux minutes par heure.**

Pour rendre plus accessible la programmation communautaire et locale, le Conseil a également créé une nouvelle catégorie de télévision communautaire — les *entreprises de programmation de télévision communautaire* — comprenant deux sous-catégories : les *entreprises de télévision communautaire de faible puissance* et les *services numériques de télévision communautaire*.

Ces nouveaux services de télévision communautaire (qui pourront être exploités par des entreprises à but lucratif et sans but lucratif) devront diffuser un niveau élevé de programmation canadienne et locale et présenter au cours d'une année de radiodiffusion un contenu canadien d'au moins 80 % et une programmation locale d'au moins 60 %. Ils seront également autorisés à diffuser 12 minutes de publicité locale par heure. Aucune priorité de distribution ne sera accordée à ces services de télévision sur les canaux analogiques, mais les entreprises offrant des services numériques devront les distribuer sur la bande numérique.

Recettes

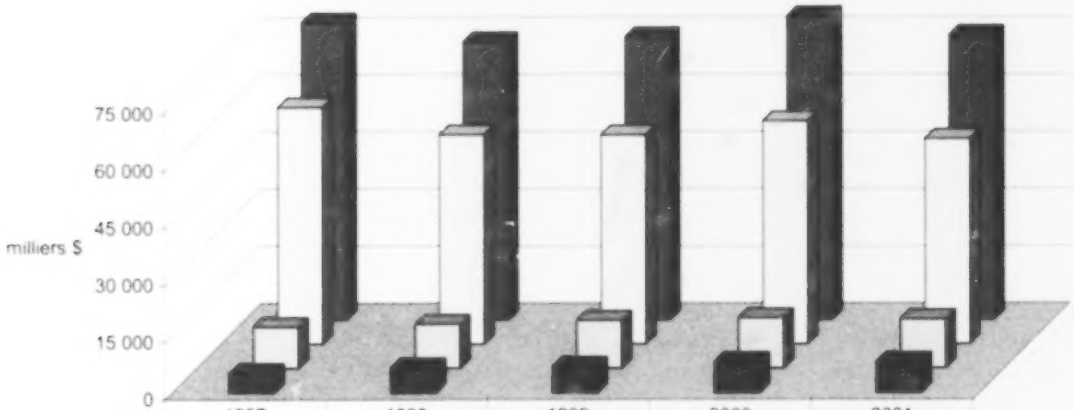
Le CRTC exige que chaque entreprise de distribution de radiodiffusion verse 5 % de ses recettes annuelles brutes à un fonds de programmation admissible, tel que le Fonds canadien de télévision (FCT). Les câblodistributeurs qui exploitent une station de télévision communautaire sont toutefois autorisés à conserver 2 % ou 3 % de ces recettes.

La figure 9.2 montre l'évolution des dépenses relatives aux canaux communautaires de 1997 à 2001. Comme le CRTC ne surveille pas à quoi sont affectés ces fonds et que les câblodistributeurs ne produisent pas de rapport à cet égard, il est impossible de savoir si ces dépenses se traduisent par des mesures favorisant l'accès des citoyens (p. ex., des emplois et des postes de bénévoles). Comme on peut le voir, les dépenses que les entreprises de câblodistribution ont engagées pour les canaux

communautaires ont été relativement stables au cours des cinq dernières années, s'échelonnant approximativement de 73 à 80 millions de dollars.

Cela dit, les contributions des grandes entreprises de câblodistribution (c.-à-d. les titulaires de classe 1) semblent avoir diminué de plus de 8 millions de dollars depuis 1997. Cette baisse peut être due à la décision de ces EDR de verser plutôt une contribution à un fonds de programmation admissible. En effet, comme le montre la figure 9.3, les contributions des

Figure 9.2 Dépenses des canaux communautaires, 1997-2001

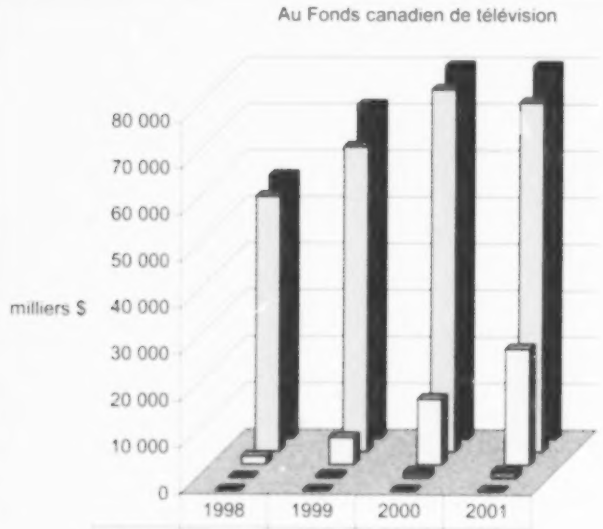


	1997	1998	1999	2000	2001
Classe 2	5 083	6 522	6 795	8 021	8 004
Classe 1 < 20k	10 838	11 585	12 579	13 169	12 826
Classe 1 > 20k	62 166	54 971	54 879	58 540	53 870
Total	78 087	73 078	74 253	79 730	74 700

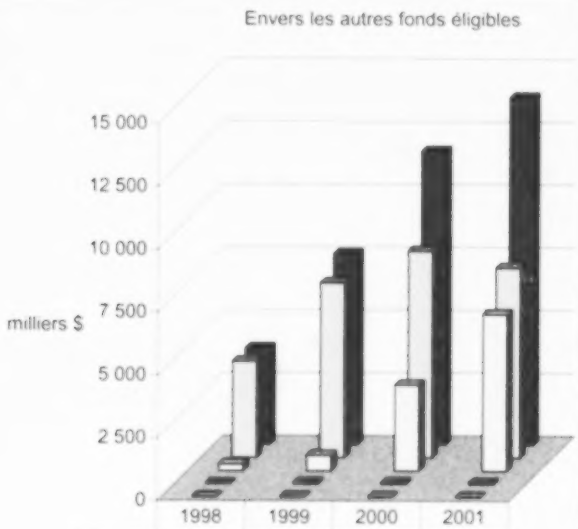
câblodistributeurs de classe 1 aux fonds de programmation ont augmenté de près de 20 millions de dollars entre 1998 et 2001, passant de près de 55 millions à 75 millions de dollars.

La raison de cette impressionnante augmentation des contributions aux fonds de programmation canadiens est incertaine. D'une part, cela signifie peut-être que les entreprises de câblodistribution sont moins disposées qu'autrefois à investir dans la télévision communautaire. D'autre part, cela peut refléter un engagement croissant envers la création d'émissions canadiennes. À tout le moins, ces données, ajoutées à l'état relativement stable de l'investissement dans la télévision communautaire, font ressortir

Figure 9.3 Contributions effectuées par les entreprises de distribution de radiodiffusion aux fonds de programmation télévisuels canadiens, 1998-2001



	1998	1999	2000	2001
Autres	0	0	3	0
SDM	0	375	1 172	1 351
SRD	1 711	5 784	14 127	24 926
Câble	54 769	65 481	77 829	75 024
Total	56 480	71 640	86 182	102 026



	1998	1999	2000	2001
Autres	0	0	1	3
SDM	0	38	36	28
SRD	250	598	3 410	6 231
Câble	3 821	6 949	8 227	7 557
Total	3 821	7 585	11 674	13 819

l'urgence de trouver une solution à l'interdépendance de l'aide financière à la télévision communautaire et des fonds d'aide à la programmation canadienne. Une recommandation énoncée au chapitre 5 porte sur l'éventuelle séparation de ces deux mécanismes de financement.

Ce que les témoins ont dit

Les principales questions touchant la télévision communautaire que les témoins ont soulevées concernent : l'importance de la télévision communautaire; le rôle des bénévoles; le rôle des entreprises de câblodistribution; les changements intervenus dans les priorités relatives à la programmation; la création récente de réseaux de câblodistribution communautaires.

Par exemple, M. Richard Ward de la Community Media Education Society a déclaré ce qui suit au Comité :

> La télévision communautaire encourage les gens à participer aux événements qui touchent leur quartier. L'action va au delà des techniciens et des producteurs. Les organisateurs d'événements communautaires sont surpris et ravis d'être remarqués. Lorsque leurs voisins voient l'événement, l'intérêt s'accroît et cela crée un effet boule de neige. C'est ainsi que devraient fonctionner les médias de masse. Ne vous méprenez pas, car selon les normes traditionnelles et les normes Internet, la télévision est un média de masse[1].

M. Marc Simard, président de Télé Inter-Rives ltée, a raconté devant le Comité l'histoire ci-après qui illustre bien la situation des entreprises de câblodistribution desservant un petit marché :

> Un dimanche après-midi de janvier, je me promenais avec ma femme et je me suis dit qu'on irait faire un tour dans l'arrière-pays. Voilà qu'on est arrivés à une petite municipalité et qu'on a aperçu un regroupement d'automobiles. J'ai dit à ma femme qu'il y avait probablement un accident et nous sommes allés voir ce qui se passait. En approchant, on s'est rendu compte que ce n'était pas cela. Plusieurs gens étaient réunis dans le champ voisin, il y avait une activité. Tout à coup, j'ai aperçu une banderole plus loin portant les lettres d'identification de nos deux stations.
>
> Lorsqu'on m'a présenté la responsable de l'événement, on m'a dit que je ne pouvais pas savoir à quel point on me remerciait. Ils pensaient avoir 300 à 400 personnes à leur activité, mais ils avaient un problème : ils allaient manquer de limonade, de hot-dogs et de patates frites puisque 2 000 personnes s'étaient présentées à leur événement.
>
> On m'a dit que la veille, pendant la joute de hockey des Canadiens de Montréal, à notre station de Radio-Canada, nous avions diffusé gratuitement leur message et qu'avant les nouvelles du réseau TVA, en pleine heure de grande écoute, nous avions également passé leur message. Ils ne s'attendaient jamais à avoir autant de monde et ils en étaient très contents. Alors, les gens nous ont donné la main, nous ont presque serrés dans leurs bras pour nous remercier[2].

Le Comité a pu constater de première main l'apport important des bénévoles à la programmation communautaire. Ainsi, à St. John's (Terre-Neuve), il a entendu le témoignage des talentueux et passionnés bénévoles et des employés de Rogers Cable, qui produisent une émission communautaire locale fort populaire : *Out of the Fog*. Les commentaires d'un téléspectateur rapportés ci-dessous expriment bien l'enthousiasme

que suscite la télévision communautaire, enthousiasme dont les membres du Comité ont été témoins durant les audiences à St. John's :

> Je suis un fervent admirateur de votre émission. Je la regarde sans faute chaque jour et je recommande à tous mes parents et amis de la regarder! C'est vraiment merveilleux que nous, Terre-Neuviens, ayons enfin notre propre talk-show présentant des personnalités de Terre-Neuve. J'aime bien me reposer après une grosse journée de travail et me divertir en écoutant une émission produite par des Terre-Neuviens, pour les Terre-Neuviens[11].

> Nous ne ratons pratiquement aucun épisode et nous apprécions vraiment les artistes locaux qui sont présentés et les actualités que vous couvrez chaque jour ... Je trouve formidable que vous puissiez donner aux élèves du secondaire de la région une occasion d'acquérir de l'expérience en milieu de travail dans le domaine de la production télévisuelle. Nous considérons votre émission comme un atout précieux qui permet aux habitants de St. John's de se tenir au courant des questions locales[12].

> Ça m'encourage de savoir ce qui se passe dans la ville et dans la province. Et ça fait du bien d'écouter votre programmation après avoir écouté les autres canaux canadiens et américains. Il y a tellement de choses négatives et bruyantes sur ces canaux. Votre canal apporte beaucoup de divertissement et de paix, et il donne une excellente information sur notre province. J'espère que cela continuera parce que c'est exactement ce dont la population a besoin, se faire remonter le moral, et c'est ce que fait votre émission[13].

Dans d'autres régions toutefois, le Comité a entendu des histoires décourageantes au sujet de bénévoles renvoyés ou à qui on a retiré certaines responsabilités. M. John Grogan, par exemple, a raconté ce qui suit :

> Auparavant les individus pouvaient venir de toutes parts et dire : Je veux me porter volontaire. Ils pouvaient être volontaire pour faire fonctionner une caméra ou pour écrire un script, pour faire de la programmation ou de l'édition. Maintenant, ils ont seulement le droit de faire des choses très simples. Cela décourage les individus de participer la prochaine fois. Ils avouent que cela n'était pas pour eux une expérience stimulante ou enrichissante[14].

De même, M. Roger Davies a rapporté ce qui suit :

> ... à Cranbrook, un nouveau directeur de la programmation a imposé une nouvelle formule. Des bénévoles ont été licenciés. La

> direction est devenue autocratique, entièrement contrôlée par l'entreprise et ses employés. Je crois que cette formule est absolument inacceptable. Les bénévoles n'ont plus accès au canal.[10]

C'est ce même sentiment de frustration qui a poussé M. Chow Tan de la Vancouver Association of Chinese Canadians à déclarer que :

> ... si les câblodistributeurs faisaient un bon travail pour ce qui est du canal communautaire, ils seraient fiers d'ouvrir leurs livres et nous [les bénévoles] aurions tous plus de temps et d'argent pour la programmation.[11]

Selon l'un des témoins, un changement intervenu dans les priorités en matière de programmation explique en partie pourquoi on a moins souvent recours aux bénévoles qu'auparavant. M. Ian Pachul de Star Ray TV a fait la remarque suivante :

> On ne peut approcher ces entreprises pour produire une émission, tout est fait par des professionnels — la gestion est faite par des professionnels d'un bout à l'autre — et il n'y a aucun accès communautaire.[12]

En effet, comme l'explique M. Ken Marshall, vice-président et directeur général de Rogers dans la région de l'Atlantique :

> En ce qui concerne les canaux communautaires, nous essayons de ne pas nous limiter aux émissions traditionnelles de cuisine et de confection de mouches artificielles et de produire des émissions comme *Focus NB*, comme celle de la semaine dernière, *Out of the Fog* à Terre-Neuve et comme *Melanson Live*. Nous nous efforçons d'être un miroir de la communauté [en produisant des émissions de meilleure qualité].[13]

La baisse des possibilités de participation des bénévoles découlant de l'adoption de nouvelles stratégies de programmation a parfois été mentionnée parallèlement aux inquiétudes relatives à la fusion croissante des stations communautaires pour former de petits réseaux. Par exemple, au Québec, Canal Vox, propriété de Vidéotron, combine la programmation locale à la programmation centralisée de Montréal. Mais, selon la Fédération des télévisions communautaires autonomes du Québec, cette stratégie a diminué la participation de la collectivité et la diversité de la programmation, particulièrement dans les régions périphériques.

Le câblodistributeur Cogeco a toutefois soutenu que ces nouvelles stratégies permettent d'attirer de plus vastes auditoires et, à ce titre, contribuent à combler les besoins et à atteindre les objectifs de la télévision communautaire. Mme Hélène Dubuc a expliqué ce qui suit :

> Une programmation essentiellement locale n'exclut pas la possibilité d'exporter certaines émissions vers d'autres régions où l'on a noté un certain intérêt. Les technologies actuelles nous en donnent la possibilité et nous croyons qu'il est sage de les utiliser avec discernement, dans l'intérêt de l'ensemble de la population[76].

Plusieurs témoins ont cependant fait remarquer que la stratégie de maximisation de l'auditoire adoptée par les câblodistributeurs avait un effet secondaire. Par exemple, en novembre 1999, Vidéotron a retiré de sa grille-horaire, de manière unilatérale, la Corporation de télédiffusion du Grand Châteauguay (CTGC), qui est un canal communautaire indépendant[77]. De plus, selon la CTGC :

> Environ une douzaine de sociétés ont été retirées des ondes par les entreprises de câblodistribution du Québec. D'autres sont en train de perdre leur place en Colombie-Britannique. L'accès aux ondes pour plusieurs collectivités n'existe plus. La déréglementation de 1998 a fait chavirer le fragile équilibre qui dépendait d'obligations et de conditions de licence[78].

Dans ces circonstances, la CTGC a proposé au Comité de rendre les canaux communautaires entièrement indépendants des câblodistributeurs canadiens. De même, Mme Lynda G. Leonard a déclaré au Comité : « qu'il serait dans le meilleur intérêt des Canadiens d'avoir des canaux communautaires exploités par des organisations sans but lucratif indépendantes des câblodistributeurs[79] ».

D'autres témoins, par contre, ont proposé de modifier le rapport symbiotique entre le câblodistributeur et le canal communautaire plutôt que de simplement y mettre un terme. M. Peter Sandmark, représentant de l'Alliance de la vidéo et du film indépendants, a notamment exprimé l'idée suivante :

> Les canaux communautaires doivent être indépendants et il faudrait les financer en prenant le pourcentage que les compagnies de câble sont obligées par le CRTC d'investir dans la télé communautaire et en mettant cet argent dans un fonds servant à financer directement les canaux communautaires, qui deviendraient alors

> des organisations communautaires à but non lucratif administrées publiquement[7]

Dans certaines collectivités, les câblodistributeurs exploitent deux canaux communautaires distincts, soit un de langue française et l'autre de langue anglaise. Ils ne peuvent toutefois retrancher du montant versé au Fonds canadien de télévision (5 % de leurs recettes brutes) que le pourcentage auquel ils auraient droit s'ils n'avaient qu'un service unilingue. Rogers Cable a donc proposé :

> que l'on réinvestisse 2 % des 5 % des recettes brutes de la télédiffusion dans un fonds de production ayant pour but d'aider les entreprises de télédistribution à financer une deuxième chaîne communautaire axée sur les besoins d'une minorité de langue officielle sur le même marché.
>
> Rogers est convaincue que les fonds ainsi réinvestis, qui se chiffreraient à 998 000$ par an, sont essentiels au maintien et à l'amélioration des émissions locales accessibles aux marchés bilingues[8].

Pour sa part, l'ACTC a proposé que les petites entreprises de câblodistribution soient autorisées à conserver les 5 % de recettes brutes devant être consacrées à la production canadienne. Access Communications a suggéré que toutes les coopératives réaffectent à leurs canaux communautaires les 5 % de recettes brutes habituellement consacrées au Fonds canadien de télévision.

Radio communautaire

La politique du CRTC en matière de radio communautaire vise à favoriser la prestation d'une programmation locale qui diffère, quant au style et au contenu, de celle des stations commerciales et de la SRC. La programmation de ces stations devrait toucher de près les collectivités desservies, notamment les minorités de langue officielle. Elle devrait également contribuer à accroître la diversité du système de radiodiffusion en élargissant le choix offert dans la programmation musicale et verbale[9].

Le CRTC décrit le rôle et le mandat de la radio communautaire comme suit :

> Une station communautaire doit avant tout permettre l'accès de la collectivité aux ondes, et offrir une programmation diversifiée qui reflète les besoins et les intérêts de la collectivité que la station est autorisée à desservir, y compris : la musique des talents nouveaux et locaux, la musique qui n'est généralement pas diffusée par les stations commerciales, les émissions de créations orales, l'information locale[10]

Le Conseil distingue deux types de stations de radio communautaire, soit les types A et B, et les définit de la façon suivante :

> Une station de radio communautaire est une station de type A lorsque au moment de l'attribution de sa licence, il n'existe aucune station, autre qu'une station de la SRC, autorisée à diffuser dans la même langue, dans l'ensemble ou dans une partie du même marché.

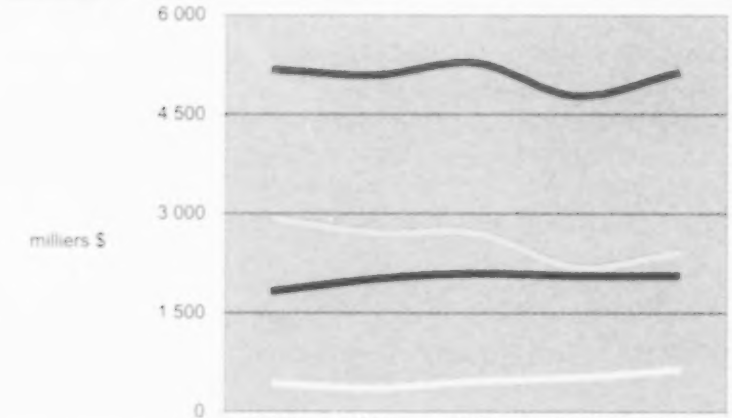
> Une station de radio communautaire est de type B lorsque au moment de l'attribution de sa licence, il existe déjà au moins une station de radio autre qu'une station de la SRC, autorisée à diffuser dans la même langue, dans l'ensemble ou dans une partie du même marché[11]

Selon le CRTC, on comptait, en 2002, 36 stations de radio communautaires de type A et 32 de type B. En 2000, le Conseil a éliminé toutes les restrictions auparavant imposées aux stations de radio communautaires au sujet de la publicité. Il a en effet estimé « que limiter la publicité n'est pas la meilleure façon de garantir que les stations communautaires offrent un service de programmation dont le style et la substance les distinguent des autres types de stations[12] ». Outre la vente de publicités, ces stations peuvent accroître leurs recettes par des campagnes de financement, des subventions et d'autres sources de revenu.

Recettes

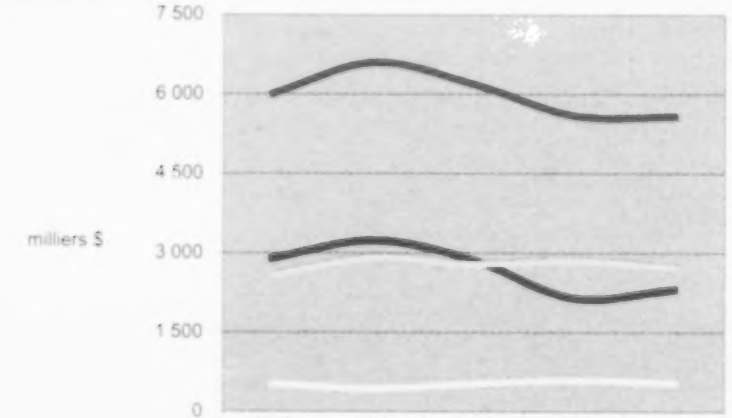
Toutes les stations de radio communautaires ne déclarent pas des recettes au CRTC. Les figures 9.4 et 9.5 montrent les recettes publicitaires des stations communautaires qui ont présenté des rapports à cet égard entre 1996 et 2000. Elles démontrent l'importance de la publicité pour les entreprises de radio communautaire. En effet, les stations de radio communautaire de type A et B tirent de la publicité environ la moitié de leurs recettes.

Figure 9.4 Revenus des stations de radio communautaire de type A, 1997-2001



	1997	1998	1998	2000	2001
Publicité locale	1 826	2 009	2 090	2 053	2 059
Publicité nationale	427	365	472	529	645
Autres revenus	2 915	2 710	2 705	2 188	2 412
Total	5 168	5084	5 267	4 770	5 116

Figure 9.5 Revenus des stations de radio communautaire de type B, 1997-2001



	1997	1998	1998	2000	2001
Publicité locale	2 887	3 220	2 852	2 132	2 298
Publicité nationale	532	449	538	596	552
Autres revenus	2 572	2 911	2 781	2 851	2 715
Total	5 991	6 580	6 171	5 579	5 565

Ce que les témoins ont dit

Très peu de commentaires généraux sur la radio communautaire ont été formulés devant le Comité. Les collectivités minoritaires francophones, toutefois, en avaient long à dire sur les difficultés touchant la prestation des services hors Québec.

Par exemple, les représentants d'Impératif français s'inquiétaient de la manière dont on classe les collectivités comme étant francophones ou anglophones :

> [...] un marché anglophone est tout marché où les citoyens de langue maternelle française représentent moins de 50 % de la population (sous-alinéa 18(4)*b*) qui veut dire que si la population d'une zone donnée est de langue maternelle française à 49 % et 22 % de langue maternelle anglaise, les 29 % d'allophones seront combinés aux anglophones pour faire pencher la balance du côté anglophone. Ce qui est décrit ici ressemble à la composition démo-linguistique de l'île de Montréal dans un proche avenir[67].

On se préoccupe également du fait que le CRTC ait refusé à deux reprises d'accorder une licence de radio à la Coopérative radiophonique de Toronto. Comme M. Christian Martel l'explique, un francophone de Toronto « est de loin mieux informé de ce qui se passe au Québec ou en Outaouais que de ce qui se passe dans sa propre communauté[68] ». En effet, de nombreux témoins n'arrivaient pas à comprendre pourquoi Toronto, qui est la plus grande ville du pays, ne compte qu'un seul radiodiffuseur local de langue française (la SRC) et pourquoi la station de radio de campus de l'Université de Toronto, CUIT-FM, ne diffuse qu'un nombre très restreint d'émissions communautaires de langue française.

Mme Dyane Adam, commissaire aux langues officielles du Canada, s'est montrée particulièrement inquiète par les gestes posés par le CRTC dans ce domaine. Elle a déclaré que :

> [l]es divers exemples [...] indiquent clairement que le CRTC doit tenir compte, dans l'ensemble de ses décisions, des impacts de celles-ci sur les communautés de langue officielle. Ainsi, non seulement les réseaux de [...] radio doivent-ils être accessibles aux majorités et minorités linguistiques, mais ces émissions doivent également en être le reflet et contribuer ainsi à refabriquer le tissu social canadien fondé notamment sur la dualité linguistique. Les

> moyens nécessaires doivent être envisagés afin d'atteindre cet objectif. Le Conseil a une obligation de résultats[52].

La situation a incité l'Association des radiodiffuseurs communautaires du Canada à s'interroger sur la façon dont le CRTC interprète son mandat visant à équilibrer les prérogatives culturelles, sociales et économiques[53].

M. Gilles Arsenault, de Radio Beauséjour, a déclaré au Comité : « Dans un contexte minoritaire, la radio communautaire est le seul outil de communication qui appartient à la population[54] ». Pour sa part, la Fédération acadienne de la Nouvelle-Écosse a déclaré ce qui suit :

> Les Acadiens n'ont pas beaucoup accès à cette forme de communication de masse; il n'y a pas de télévision communautaire [de langue française], sauf dans la région de Chéticamp et de la Baie Sainte-Marie. Les moyens dont disposent les services dans ces régions sont très rudimentaires, d'ailleurs[55].

Bref, en ce qui a trait à la radio communautaire, la plupart des témoins avaient des préoccupations relatives à l'accès à la programmation. Pour s'attaquer à ces problèmes, de nombreux témoins ont recommandé une augmentation des services de la radio communautaire. L'Alliance des radios communautaires du Canada a avancé ce qui suit :

> Dans les grands centres urbains comme Toronto et Victoria et les régions isolées telles que Whitehorse, la programmation locale de Radio-Canada dépasse rarement 40 heures par semaine; la *Loi sur la radiodiffusion* devrait encourager le partage du temps d'antenne avec les différentes associations communautaires[56].

M. Digby Peers, ancien producteur de la radio de la SRC, a parlé de sa participation à des ateliers de la radio communautaire. Il a déclaré au Comité qu'il était « à la fois stupéfait et consterné de voir ce que ces gens pouvaient faire avec si peu d'argent et à quel point les techniciens étaient capables de réparer de l'équipement[57] ». Il a donc proposé de renforcer les rapports entre la SRC et les radios communautaires, expliquant que la SRC possède l'équipement et le savoir-faire pour aider les radios communautaires en assurant la formation des bénévoles et en fournissant les ressources essentielles :

> Si la SRC fait l'objet d'une restructuration pour mieux s'acquitter de ses fonctions, je ne pense pas qu'il faudrait beaucoup d'argent pour permettre à la SRC, dans les limites de son mandat et en fonction de

> critères précis, d'encadrer de temps à autre le personnel des stations communautaires chargées d'offrir un service à certains groupes, grands ou petits. Il n'est pas nécessaire de tout faire en même temps[37]

Aucun autre nouveau modèle visant à appuyer la radio communautaire au Canada n'a été proposé. Dans l'ensemble, les organisations ont dit souhaiter que les programmes actuels se poursuivent ou qu'ils reçoivent du soutien, notamment les programmes du ministère du Patrimoine canadien visant à appuyer les collectivités minoritaires de langue officielle[38]. Un témoin a expliqué ce qui suit au Comité :

> en ce moment, ce n'est pas vraiment le CRTC qui bloque le plus le développement de la radio communautaire, c'est plutôt l'absence d'un programme [de Patrimoine canadien] bien défini et adapté à la réalité des nouvelles technologies[39]

Compte tenu de ce qui précède, M. Daniel Levesque de Radio MirAcadie a proposé que le ministère du Patrimoine canadien finance jusqu'à 75 % des frais de démarrage de la radio communautaire des minorités de langue officielle.

D'autres associations communautaires francophones ont demandé que le CRTC et Industrie Canada réservent les fréquences FM dans leurs régions pour la radio communautaire des minorités de langue officielle.

Quant à la radio de faible puissance, la demande la plus fréquemment exprimée concernait des émetteurs plus puissants. Par exemple, l'Assemblée communautaire fransaskoise a déclaré au Comité qu'étant donné que la population francophone de la Saskatchewan est dispersée sur le plan géographique, il faudrait autoriser des émetteurs de 250 watts plutôt que de 5 watts comme c'est le cas actuellement :

> Étant donné la réalité de la communauté fransaskoise, qui est en grande partie rurale, avec les fermes qui s'agrandissent, un émetteur de cinq watts n'est pas suffisant pour rejoindre les francophones. Cinq watts, ce n'est pas réaliste. Avec un tel émetteur, on ne pourrait diffuser que dans un petit village et on n'aurait pas l'impact qu'on voudrait sur la communauté[40]

M. Robert Boulay, de l'Alliance des radios communautaires du Canada, abondait dans le même sens :

> L'idée de départ est très bonne, sauf que cinq watts à Regina ou à Saskatoon, ce n'est pas tellement viable. Nous, ainsi que l'Assemblée communautaire fransaskoise, avons souvent déclaré au CRTC, quand nous en avons eu l'occasion, que c'était bien gentil, mais que c'était comme nous donner une automobile d'un cheval-vapeur. Alors, nous demandions qu'on fasse des exceptions et qu'on accorde des puissances de 250 watts, peut-être même de 500 watts en milieu urbain plus spécialement. Vous arrivez des Prairies et vous avez vu combien le territoire est vaste et combien les francophones y sont éparpillés. On ne va pas installer dix émetteurs de cinq watts, ce ne serait pas correct[1]

B. Radiodiffusion locale

Trois dispositions de la *Loi sur la radiodiffusion* traitent de la radiodiffusion locale. Le sous-alinéa 3(1)*t*)(ii) dispose que « la programmation offerte par le système canadien de radiodiffusion devrait [...] puiser aux sources locales, régionales, nationales et internationales ». Le sous-alinéa 3(1)*t*)(i) précise que « les entreprises de distribution [de radiodiffusion] [...] devraient donner priorité à la fourniture des services de programmation canadienne et ce, en particulier par les stations locales canadiennes. » Enfin, le sousalinéa 3(1)*t*)(iv) dispose que les entreprises de distribution :

> peuvent, si le Conseil le juge opportun, créer une programmation — locale ou autre — de nature à favoriser la réalisation des objectifs de la politique canadienne de radiodiffusion, et en particulier à permettre aux minorités linguistiques et culturelles mal desservies d'avoir accès aux services de radiodiffusion.

Télévision

Le CRTC définit la station de télévision locale comme suit :

> « station de télévision locale » Dans le cas d'une entreprise, station de télévision autorisée qui a : a) un périmètre de rayonnement officiel de classe A qui comprend toute partie de la zone de desserte autorisée de l'entreprise; ou b) à défaut d'un périmètre de rayonnement officiel de classe A, une antenne d'émission située dans un rayon de 15 km de la zone de desserte autorisée de l'entreprise[2]

Autrement dit, une station de télévision locale est une entreprise de radiodiffusion en direct qui rejoint, grâce à une ou à plusieurs antennes d'émission, un certain auditoire dans un périmètre de rayonnement donné[v] (c.-à-d. empreinte) qui est précisé dans les conditions de la licence que le CRTC impose à l'entreprise.

L'un des éléments clés de la politique en matière de télévision du CRTC (1999) est la présentation d'une programmation locale de nouvelles et d'émissions autres que des nouvelles par des radiodiffuseurs conventionnels en direct. D'ailleurs, dans les demandes de renouvellement de licence, les titulaires doivent désormais « démontrer [...] que leurs émissions (nouvelles et autres) répondent aux attentes de l'auditoire et reflètent la réalité des communautés qu'ils desservent[vi] ».

Il est toutefois extrêmement difficile d'affirmer quoi que ce soit sur les tendances générales de la production d'émissions locales au Canada (nouvelles ou autres). Cette difficulté est due au fait que les données sur les émissions de nouvelles locales et nationales sont habituellement groupées aux fins de l'établissement de rapports. En outre, comme les conditions imposées par le CRTC pour l'obtention d'une licence ne sont pas les mêmes d'une station à l'autre, il devient vite difficile de déterminer les tendances, même dans un seul marché[vii].

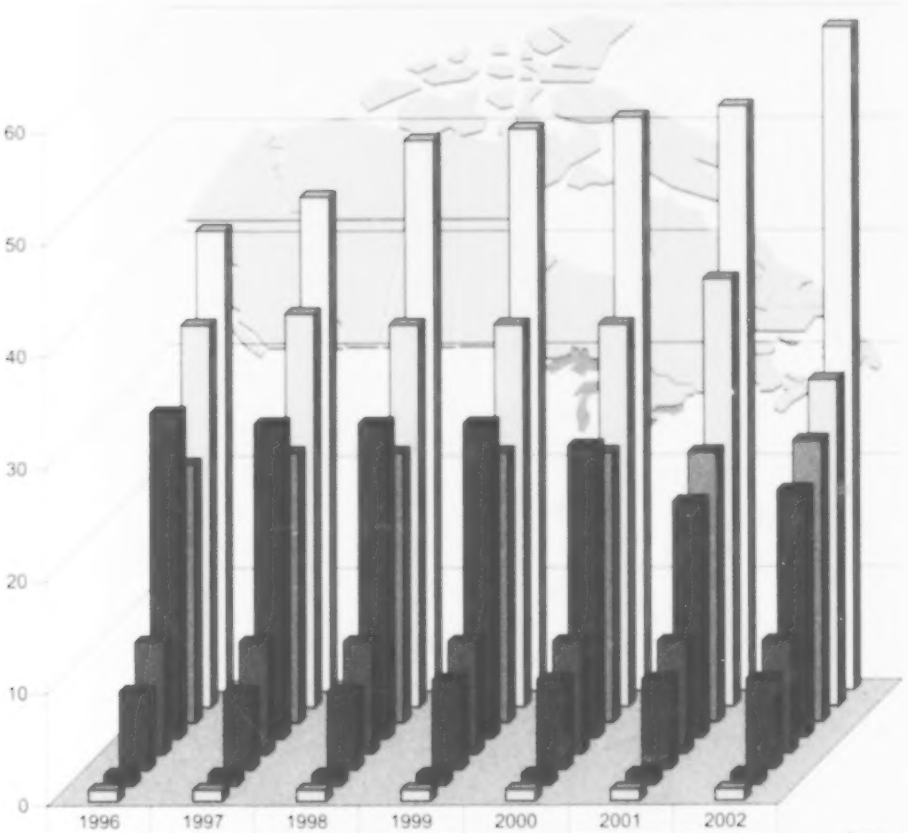
Cela dit, il reste possible d'évaluer le potentiel de production de programmation locale en se fondant sur les studios disponibles. La figure 9.6 montre le nombre de stations de télévision locales au Canada qui possédaient des studios entre 1996 et 2002. Dans l'ensemble, le nombre de studios utilisés par des radiodiffuseurs indépendants pendant cette période a augmenté, passant de 41 à 59. La baisse la plus marquée a été enregistrée par le réseau de télévision CTV dont le nombre de studios a été ramené de 38 à 29 entre 2001 et 2002, et par la SRC, qui a réduit le nombre de ses propres studios et de ses studios affiliés de 52 à 47 entre 1996 et 2002.

Radio

Il existe plus de 750 stations de radio commerciales possédées et exploitées par des intérêts canadiens; ces stations produisent et diffusent chaque année des centaines d'heures de programmation locale canadienne. La plupart de ces stations relatent les nouvelles et les événements locaux et dépendent fortement des recettes qu'elles tirent de

la publicité des entreprises locales. La figure 9.7 indique le nombre de stations de radio AM et FM locales (privées, publiques et sans but lucratif) qui possédaient des studios entre 1996 et 2002. La figure révèle qu'entre 1996 et 2002, le nombre total de stations de radio canadiennes a connu une hausse, passant de 841 à 881 stations[xv].

Figure 9.6 Stations de télévisions canadiennes disposant de studios, 1996-2002



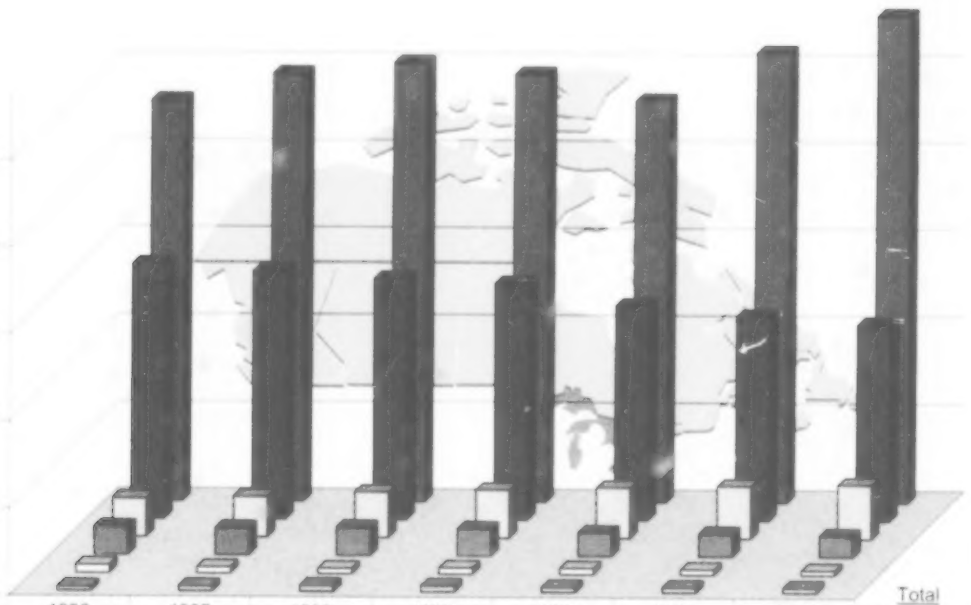
	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002
TVO	1	1	1	1	1	1	1
Télé-Québec	1	1	1	1	1	1	1
Quatre-Saisons	7	7	7	8	8	8	8
TVA	10	10	10	10	10	10	10
CBC/SRC (affiliées)	29	28	28	28	26	21	22
CBC/SRC (propres)	23	24	24	24	24	24	25
CTV	34	35	34	34	34	38	29
Indépendantes	41	44	49	50	51	52	59

Total
1996 : 146
1997 : 150
1998 : 154
1999 : 156
2000 : 155
2001 : 155
2002 : 155

Selon la politique du CRTC en matière de radio commerciale, la radio doit intéresser les collectivités locales[7]. Dans cette politique, la programmation locale de la radio se définit comme suit :

> La programmation locale inclut la programmation produite par la station ou produite séparément et exclusivement pour elle. Elle ne comprend pas la programmation reçue d'une autre station et retransmise soit simultanément soit ultérieurement, ou encore des émissions réseau ou souscrites qui durent au minimum cinq minutes, à moins qu'elles ne soient produites par la station ou par la collectivité locale dans le cadre d'un arrangement avec la station.

Figure 9.7 Stations de radio canadiennes disposant de studios, 1996-2002



	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002
FM : CBC/SRC (affiliées)	5	6	7	7	6	6	6
AM : CBC/SRC (affiliées)	9	7	6	7	7	6	5
AM : CBC/SRC (propres)	32	31	32	31	27	26	24
FM : CBC/SRC (propres)	44	46	52	55	58	60	62
AM : Indépendantes	292	284	276	271	246	234	225
FM : Indépendantes	459	490	503	490	460	516	559

Total
1996 : 841
1997 : 864
1998 : 876
1999 : 861
2000 : 804
2001 : 848
2002 : 881

> Dans leur programmation locale, les titulaires doivent inclure des émissions de créations orales qui intéressent directement les collectivités qu'elles desservent comme les nouvelles locales, les bulletins météo locaux et les sports locaux de même que la promotion d'activités et d'événements locaux[v]

En 1998, des préoccupations relatives à la propriété croisée des média ont incité le CRTC à réviser sa politique en matière de radio commerciale. Le Conseil limite dorénavant le nombre de stations de radio que peut posséder ou contrôler une personne dans un marché donné à

> [...] trois stations [...] dont deux stations au plus sont dans la même bande de fréquences. Dans les marchés comptant plus de huit stations commerciales exploitées dans une langue donnée, une personne peut être autorisée à posséder ou contrôler jusqu'à deux stations AM et deux stations FM dans cette langue[vi]

Le Conseil s'est également penché sur les inquiétudes générales touchant l'incidence de la concentration de la propriété sur les émissions de nouvelles. À cet égard, le Conseil a adopté

> [...] une démarche individuelle lorsqu'il évalue les engagements en matière de programmation. Les requérantes demandant l'autorisation d'acquérir la propriété ou le contrôle de plus d'une station AM et une station FM exploitées dans une langue et dans un marché donnés devront expliquer comment la programmation qu'elles proposent profitera à la collectivité et contribuera à l'atteinte des objectifs de la Loi. Le Conseil conservera l'option d'exiger, par condition de licence, le respect des engagements particuliers pris par les requérantes[vii]

Des exigences relatives au contenu canadien imposent une certaine proportion de musique vocale canadienne en langue anglaise ou française (entre 35 % et 65 %); il y a toutefois peu de choses à dire au sujet de la diffusion d'émissions locales (nouvelles ou autres) par les stations de radio canadiennes parce que la programmation locale est différente des autres types de programmation radio, notamment la musique qui se subdivise habituellement en différentes catégories aux fins de l'attribution de licences (c.à-d. musique country, rétro, grand public, etc.)

Ce que les témoins ont dit

Le Comité constate que les témoins ont rarement exprimé des préoccupations relatives aux services locaux offerts par les entreprises de radio commerciales du Canada. Les principaux problèmes soulevés par les témoins au sujet des services locaux concernaient les émissions de nouvelles et autres présentées à la télévision et la concentration de la propriété des médias.

La politique en matière de télévision du CRTC (1999) prévoit ce qui suit concernant les émissions de nouvelles locales :

> Le Conseil a examiné attentivement la disponibilité, la rentabilité et la performance des émissions de nouvelles locales dans tout le pays. Il a également étudié l'évolution du milieu de la radiodiffusion et en particulier la multiplication des sources d'information et de nouvelles locales, mises à la disposition des Canadiens. Dans les grands marchés canadiens, les téléspectateurs peuvent choisir parmi les nouvelles locales ou régionales présentées par CBC ou Radio-Canada et par deux à quatre stations privées. De plus, certains canaux de câble communautaire présentent régulièrement des bulletins de nouvelles locaux. Un service spécialisé régional, Pulse 24, fournit des nouvelles et des informations, principalement dans le sud de l'Ontario. Divers services d'informations sont également disponibles par Internet, pour ceux qui ont besoin d'informations locales particulières ou qui désirent discuter de ces questions.

En outre,

> [l]e Conseil estime que dans le nouvel environnement de la télévision, les forces du marché permettront aux auditoires de continuer à recevoir une diversité de nouvelles locales sans exigences réglementaires. Les émissions de nouvelles représentent un élément clé dans l'établissement de l'identité d'une station auprès des téléspectateurs et sont généralement rentables. De plus, les télédiffuseurs ne peuvent pas solliciter de publicité locale dans un marché, à moins de fournir des nouvelles locales ou d'autres émissions locales.

Cela dit, peu de temps après que le Comité a commencé son étude, le réseau de télévision CTV annonçait la fusion des journaux télévisés diffusés le soir sur MCTV depuis Sudbury, Sault Ste. Marie, North Bay / Muskoka et Timmins en une seule émission diffusée à partir de Sudbury.

Selon M. Arthur Simmons, la décision de CTV de fusionner la programmation locale est simplement un signe des temps :

> Malgré la forte opposition des résidents de Saint John et d'autres communautés du Nouveau-Brunswick, le CRTC a autorisé la prise de contrôle par CanWest Global sans l'obliger d'assurer une présence locale. Aujourd'hui, CanWest Global diffuse un bulletin d'informations préenregistré provenant de Dartmouth, en Nouvelle-Écosse. La société n'a même pas de studio de production au Nouveau-Brunswick. [...] La situation est la même partout au Canada, sauf dans les grands centres. Plus qu'insuffisante, la couverture locale est en voie de disparition[1].

Dans une lettre adressée au Comité, CTV s'est défendu en déclarant que le CRTC « reconnaît la valeur d'une stratégie qui consiste à placer des inserts locaux dans un bulletin régional en considérant l'ensemble du bulletin comme étant un contenu local pour chaque station contribuant au bulletin[2] ». Par la suite, lorsqu'elle a comparu devant le Comité, la BCE, société-mère de CTV, a ajouté qu'il est particulièrement difficile de desservir les petits marchés comme celui du Nord de l'Ontario en raison de la concurrence que fait la télévision par satellite dans les régions rurales et éloignées. Comme M. Alain Gourd l'a expliqué :

> La baisse de l'écoute des stations conventionnelles entraîne certaines pressions, auxquelles s'ajoute l'impact accru des services de radiodiffusion directe dans ces régions, par opposition à ce qu'on observe dans des villes comme Ottawa ou Toronto. De telles pressions réduisent notre capacité de financer l'expression des voix locales. [...] Nous nous sommes efforcés de recourir à la technologie numérique pour continuer à assurer l'expression des voix locales, que ce soit dans la région de l'Atlantique ou dans le nord-est de l'Ontario, en affectant le plus de ressources possible à la couverture de l'actualité et aux reportages, plutôt que de disposer de services de production complets dans chacune des localités.
>
> Dans une région comme l'Atlantique, par exemple, nous nous efforçons donc de créer un modèle en vertu duquel les installations de production sont centralisées en un lieu mais les journalistes répartis un peu partout pour couvrir l'actualité. Dans le nord-est de l'Ontario, nous comptons encore 43 employés affectés au service des actualités, y compris 26 reporters. J'ajoute que notre entreprise est la seule chaîne de télévision à y avoir des représentants. Qu'il s'agisse donc de la région de l'Atlantique ou du nord-est de l'Ontario, nous nous engageons à fournir 15,5 heures de

> programmation régionale et locale. De plus, dans chacune des collectivités, nous diffusons une tranche locale qui portera exclusivement sur elle et ne se sera pas reproduite ailleurs[54].

L'Association canadienne de télévision par câble (ACTC) a manifesté une certaine compréhension pour la situation de CTV. Elle a ajouté que la prestation de services locaux est une tâche exigeante, particulièrement dans les petits marchés. Elle a attiré l'attention sur la situation difficile des petits réseaux de distribution et fait remarquer que l'éloignement, le faible nombre d'abonnés, les capacités moindres des réseaux de câblodistribution, le coût du capital, les difficultés de financement et la concurrence provenant des services par satellite licites et illicites sont autant de facteurs qui nuisent à la programmation locale. Certains câblodistributeurs de petite taille, a-t-elle ajouté, cessent leurs activités, ne laissant plus que les services par satellite comme seuls fournisseurs dans la région[55].

Cela dit, en dépit de nombreux témoignages faisant état de la disparition apparente des nouvelles locales, le Comité a pu constater que, dans certains contextes, la programmation locale existe toujours et se porte même bien. À Toronto par exemple, le Comité a visité les studios animés de CHUM, studios vitrés donnant sur la rue et situés dans le même immeuble que CityTV. Là, les membres du Comité ont passé quelque temps à discuter avec un personnel d'antenne et de production dynamique et enthousiaste. Le modèle de programmation que CHUM a adopté et reproduit dans des villes de plus petite taille consiste à se servir de locaux dans le centre-ville pour y installer des studios donnant sur la rue de sorte que les animateurs en ondes puissent interagir sans obstacle avec la population locale dans des productions en direct ou enregistrées.

Ces studios vitrés ont connu un tel succès qu'on n'en compte plus les imitations tant au Canada qu'à l'étranger. En fait, même la SRC a reconnu la valeur de cette formule. Comme M. Robert Rabinovitch l'a dit devant le Comité :

> Ouvrez les portes, faites rentrer le public pour qu'il voie ce que vous réalisez, pour qu'il voie qui sont vos stars et pour qu'il les voie en pleine action. C'est une des raisons pour lesquelles nous voulons le mettre sur pied, en particulier pour la radio sans visage. Nous découvrons à Winnipeg où il existe un studio ouvert au public que les gens nous rendent visite, nous font signe, disent bonjour et observent[56].

Comme solution au problème de la diffusion d'émissions locales de nouvelles et autres que de nouvelles, M. Drew Craig, président de Craig Broadcast Systems, a recommandé au Comité de penser en fonction d'une diversité de propriété. Il a fait remarquer qu'une « diversité de propriété assure que le système ne deviendra pas trop collet monté et qu'il y aura de la place pour l'innovation et les nouvelles idées au niveau de la production » et qu'une diversité de propriété est nécessaire pour assurer une diversité d'opinions[57]. M. Ian Pachul est allé plus loin et il a déclaré qu'il « faudrait donner la préférence aux propriétaires locaux de stations » et que les propriétaires qui ne sont pas de l'endroit ne devraient pouvoir présenter une demande que s'il n'y a pas de requérants locaux[58].

La ministre du Patrimoine canadien a proposé une autre solution, à savoir un partenariat entre les secteurs public et privé, plus précisément entre la SRC et ses pendants du secteur privé, par exemple CTV dans le Nord de l'Ontario :

> J'ai appris la semaine dernière seulement que la télévision de la SRC venait de signer une entente avec la station TQS de Québec, pour que les reporters de la SRC travaillent dans les stations de TQS. Pour moi, c'est une innovation. C'est un moyen pour le radiodiffuseur public d'être présent dans la région sans nécessairement devoir constituer l'infrastructure intégrale. Si la SRC et CTV pouvaient conclure un arrangement similaire dans le Nord de l'Ontario, à mon avis, tout le monde y gagnerait[59].

Le chapitre 6 donne de plus amples détails sur le rôle de la SRC dans la présentation de la programmation locale. Mais avant de passer à une autre question, il vaut la peine de conclure par les réflexions du professeur David Taras sur l'importance que tout radiodiffuseur doit accorder à la loyauté dans sa stratégie de programmation locale :

> Je peux vous faire une observation au sujet d'un endroit précis, d'après mon expérience à Calgary. Lorsque la SRC a décidé de quitter Calgary et de ne plus offrir les actualités locales à l'heure du dîner, elle occupait la deuxième place au sein d'un marché florissant et faisait de l'argent. La Société a décidé à ce moment-là, en 1990, en raison de considérations budgétaires globales, de ne pas poursuivre de stratégie locale. Les habitants de Calgary ont tourné le dos en grand nombre. En une seule soirée, en fait, 60 000 auditeurs sont passés de la SRC à CFCF, un réseau local affilié de CTV. Ces téléspectateurs ne sont jamais revenus. Dans une certaine mesure, les habitants de l'Ouest se sont sentis abandonnés

> par la SRC parce qu'il n'existe pas de liens locaux solides. Il n'existe aucun sentiment de loyauté parce qu'il n'y a pas de stratégie locale[60].

C. Radiodiffusion régionale

Quatre dispositions de la *Loi sur la radiodiffusion* traitent des attentes relatives aux services régionaux du système canadien de radiodiffusion. Le sous-alinéa 3.(1)*i*)(ii) dispose que « la programmation offerte par le système canadien de radiodiffusion devrait [...] puiser aux sources locales, régionales, nationales et internationales ». Le sous-alinéa 3.(1)*m*)(ii) précise que la SRC doit « refléter la globalité canadienne et rendre compte de la diversité régionale du pays, tant au plan national qu'au niveau régional, tout en répondant aux besoins particuliers des régions ». Le sous-alinéa 3.(1)*r*)(iii) porte que la programmation offerte par les services de programmation télévisée complémentaires devrait « refléter le caractère multiculturel du Canada et rendre compte de sa diversité régionale ». Enfin, l'alinéa 5(2)*b*) demande au CRTC de « tenir compte des préoccupations et des besoins régionaux » dans l'exercice de son rôle de surveillance du système canadien de radiodiffusion.

Le CRTC définit la radiodiffusion régionale comme suit :

> « station de télévision régionale » Dans le cas d'une entreprise de distribution, station de télévision autorisée, autre qu'une station de télévision locale, ayant un périmètre de rayonnement officiel de classe B qui comprend toute partie de la zone de desserte autorisée de l'entreprise[61].

Sauf l'exception notable que constitue la SRC, la télévision régionale est le domaine quasi exclusif des radiodiffuseurs éducatifs provinciaux. Au Canada, les radiodiffuseurs éducatifs sont généralement reconnus comme étant la voix de leurs régions respectives. Ces services rejoignent de vastes auditoires, qui vont des apprenants adultes et des adolescents aux enfants d'âge préscolaire et à des groupes démographiques précis. On trouve des radiodiffuseurs provinciaux dans cinq provinces; le Manitoba et les quatre provinces de l'Atlantique en sont dépourvus. Le chapitre 7 donne le profil de ces services provinciaux.

Le CRTC parle très rarement de la radiodiffusion régionale, et lorsqu'il le fait, c'est habituellement parallèlement aux questions touchant la radiodiffusion locale. Toutefois, afin de déterminer quelles sont les

émissions que l'on qualifie de régionales, le CRTC établit les distinctions suivantes :

> Les émissions canadiennes produites en région sont
>
> Des émissions de langue anglaise d'au moins 30 minutes (moins un délai raisonnable pour les messages publicitaires, le cas échéant) dans lesquelles les prises de vue principales proviennent du Canada, à plus de 150 kilomètres de Montréal, Toronto ou Vancouver. Les émissions dans lesquelles les prises de vues proviennent de l'île de Vancouver seront aussi considérées comme des émissions produites en région.
>
> Des émissions de langue française d'au moins 30 minutes (moins un délai raisonnable pour les messages publicitaires, le cas échéant) dans lesquelles les prises de vue principales proviennent du Canada, à plus de 150 kilomètres de Montréal.
>
> Les Nouvelles (catégorie 1), Analyse et interprétation (catégorie 2), Reportages et actualités (catégorie 3) et Sports (catégorie 6) sont des émissions exclues[2].

Ce que les témoins ont dit

La plupart des préoccupations des témoins au sujet de la radiodiffusion régionale se rattachaient aux priorités de la SRC en matière de programmation. Ces questions sont traitées au chapitre 6. Toutefois, quatre autres problèmes touchant aux sujets de préoccupation relatifs aux régions du Canada ont été soulevés : la définition du terme « régional »; les disparités régionales; le soutien à la programmation et à la production régionales; le soutien à la radiodiffusion éducative.

Lors de sa comparution devant le Comité, M. Arnold Amber a bien résumé le problème que pose le terme « régional » :

> Il faut préciser dans la Loi ce qui est régional et ce qui est local. Comme je travaille à la SRC depuis bon nombre d'années, j'ai le grand avantage d'avoir vu une administration de la SRC déterminer que le régional était local, et une autre administration décider plutôt que le local est régional. Cela dépend des petits jeux qui se jouent en coulisse à la direction dans une année donnée, et il faut tirer cela au clair[3].

En effet, une partie du problème se rattachant au terme « régional » tient au fait que ce qui est régional pour une personne peut très bien être local, régional ou provincial pour une autre, voire les trois à la fois selon l'endroit où la personne se trouve. Par exemple, à l'Île-du-Prince-Édouard, M. David Helwig a fait la remarque suivante sur la distinction entre local et régional :

> Lorsqu'il est question de l'Île-du-Prince-Édouard, le problème tient au fait que la population est très restreinte. C'est une province, c'est une entité, une unité également, mais le fait est que la distinction entre ce qui est d'ordre local, provincial et régional est quelque peu floue. À l'Île-du-Prince-Édouard, il va de soi qu'il faut qu'il y ait ce qui peut sembler être une vision locale, mais cette dernière se confond avec la vision provinciale. Par conséquent, l'analogie entre la localité où nous sommes et la localité de Brandon, par exemple, n'est peut-être pas légitime. Pour cette raison, je ne pense pas que le fait d'enchâsser cette vision locale dans la *Loi* ferait tellement de différence[64].

Mais pour ce qui est des disparités régionales, il était évident que les Canadiens des Prairies et de l'Atlantique se font une idée très particulière de ce qui est « régional ». Devant le Comité, ces citoyens ont dit être troublés par la concentration des ressources financières à Toronto, Montréal et Vancouver. Ainsi à Edmonton, Mme Nancy Wahl a fait remarquer que la majorité du travail était effectué dans la région du Centre du Canada[65]. De plus, les décisions portant sur les grilles-horaires sont maintenant si centralisées qu'elles ne peuvent plus satisfaire les attentes des auditoires locaux et, par extension, des auditoire régionaux. Mme Wahl a expliqué ce qui suit :

> Comme les décisions de programmation sont prises en dehors de la collectivité, il n'y a aucun effort qui est fait pour placer ces programmes là où ils devraient être vus. Au lieu de cela ils sont placés dans des tranches horaires où presque personne ne les regarde. Cela ne fait pas preuve de beaucoup d'engagement envers notre collectivité ou envers les talents des réalisateurs indépendants de la localité, sans mentionner l'engagement régional[66].

Le fait que les radiodiffuseurs ne sont pas obligés de diffuser des programmes régionaux ne fait qu'aggraver les choses[67]. Comme Mme Gretha Rose l'explique,

> [r]ien n'oblige les radiodiffuseurs à retransmettre une partie de leurs émissions en provenance des régions. Les régions n'ont pas

> normalement accès au Canada central où toutes les décisions sont prises, et encore moins aux marchés internationaux pour assembler des coproductions internationales. À mon avis, la représentation régionale n'existe pas[68].

En outre, comme la radiodiffusion n'est plus le moyen de communication de masse qu'il a déjà été, les coûts de la programmation régionale ont augmenté. Comme l'a fait remarquer le représentant de la Saskatchewan Motion Picture Association :

> [Le] monde de la télévision [s'est fragmenté] en des dizaines de chaînes spécialisées. Cependant, les revenus dont disposent ces chaînes pour acheter nos produits [régionaux] se sont aussi fragmentés. Leur marché, leur accès à des recettes publicitaires, se fragmentent de plus en plus, comme nous le savons tous, si bien que les pointes de tarte se font de plus en plus petites. Aussi l'argent qu'elles peuvent dépenser pour acheter une émission d'une demi-heure ou d'une heure est de beaucoup inférieur à ce qu'il en coûte pour créer un produit canadien de qualité. Nous avons beaucoup de clients, mais ces clients n'ont pas beaucoup d'argent[69].

Plusieurs Néo-Écossais ont insisté avec force sur une autre préoccupation régionale : de grandes sociétés achètent des entreprises locales, s'appropriant ainsi une identité régionale, puis réduisent leurs engagements à l'échelle régionale ou récoltent les avantages destinés à certaines régions. M. Stephen Comeau de la société Collideascope Digital Productions a mentionné le cas de l'Independent Film Channel, d'Halifax, dont les bureaux de production dans cette ville ont été fermés six mois après l'achat de l'entreprise par Alliance Atlantis en 2001[70].

De même, à la fin de 2001, Corus Entertainment a décidé de déménager de Winnipeg à Toronto le Women's Television Network (WTN) qu'il venait d'acquérir. Ce déménagement a été annoncé seulement six jours après que le CRTC a ouvertement déclaré que le nouveau propriétaire devrait maintenir la station dans l'Ouest canadien. Lorsqu'on a demandé au CRTC d'expliquer le geste posé par Corus, le directeur exécutif de la Radiodiffusion du CRTC, M. Jean-Pierre Blais, a répondu au Comité « [qu']il y a [...] [des] situations où nous exprimons simplement tout haut nos attentes, nous signalons certains aspects. Ceci se situait plutôt au niveau des attentes — il arrive parfois que tout soit clair rétrospectivement[71] ». Pour M. Comeau, par contre, ce geste est « une illustration du mépris flagrant du désir du CRTC d'assurer une diversité de propriété géographique[72] ».

En 2001, Alliance Atlantis a également acheté Salter Street Films d'Halifax. Selon plusieurs témoins, ce type d'acquisition signifie que les producteurs régionaux doivent désormais livrer concurrence à des filiales puissantes de maisons de production dont le siège se trouve à Toronto, Vancouver ou Montréal. Par exemple, M. Richard Zurawski d'East West Media, à Halifax, était fermement convaincu que le Fonds canadien de télévision (FCT) a injustement refusé de financer son entreprise. Il a expliqué ce qui suit :

> Nous avons reçu 59 points sur un total possible de 59. Nous avons reçu le maximum que peut accorder le FCT, mais nous n'avons pourtant pas été jugés admissibles. Nous étions la seule production de la région de l'Atlantique, et le bureau dans l'Atlantique a donné tout l'argent de son enveloppe à Alliance Atlantis, Salter Street, ce que j'ai trouvé scandaleux. [...] C'est comme être la seule équipe de hockey qui se pointe mais qui perd néanmoins la partie[73].

L'Alberta Motion Picture Industries Association (AMPIA) a fait état d'un problème semblable lorsqu'elle a fait remarquer ce qui suit :

> Il semblerait que certains radiodiffuseurs pensent que la programmation régionale n'intéresse pas les spectateurs régionaux ce que l'AMPIA désapprouve respectueusement. Raconter des histoires sur les Canadiens méconnus représente le seul moyen que nous possédions en tant que pays pour nous réunir véritablement. Préalablement aux récentes fusions, les relations avec les radiodiffuseurs à l'échelle régionale ont permis que des histoires de l'Alberta soient présentées et racontées au reste du Canada et au monde entier. Il est maintenant difficile de trouver une personne qui décide des programmes dans notre région[74].

Les radiodiffuseurs éducatifs provinciaux ont également soulevé la question du soutien à la production à l'extérieur des grands centres canadiens. Dans son mémoire déposé devant le Comité, le Saskatchewan Communications Network (SCN) a avancé ce qui suit :

> Les structures et mécanismes réglementaires instaurés ont servi les intérêts des segments du système canadien de radiodiffusion situés dans les « centres d'excellence » de Toronto et de Montréal, mais les autres secteurs et types d'émissions énumérés dans la *Loi* comme étant des éléments essentiels ont été négligés[75].

Par conséquent, le SCN estime qu'il existe un vide au niveau régional dans les choix de programmation offerts aux Canadiens :

> Si la télévision est le miroir que nous utilisons pour refléter notre société et notre culture, nous avons alors une situation difficile parce que nous ne pouvons pas nous y retrouver. La télévision est la même à Banff et à Yorkton qu'à Vancouver et Toronto; vous ne voyez rien qui soit propre à Yorkton ou à Banff dans l'un ou l'autre de ces endroits. Souvent, la programmation régionale ou locale se réduit au changement dans les annonces sur la liste des canaux télévisés[76].

Comme solution au problème de production et de présentation de la programmation régionale, le Caucus canadien de la vidéo et du cinéma indépendants a proposé que la *Loi sur la radiodiffusion* encourage un régime qui favorise les commandes, les acquisitions et les coproductions interrégionales[77].

Le SCN a recommandé l'attribution de points supplémentaires de contenu canadien aux émissions d'information régionales : 150 % pendant les heures de moindre écoute et 200 % pendant les heures de grande écoute. De plus, il a demandé que :

> ... les émissions d'information régionales soient désignées comme étant une catégorie d'émissions sous-représentées, à l'instar des émissions pour enfants et des dramatiques, et qu'à ce titre, elles aient aussi accès à des sources d'aide financière à la production. Le SCN recommande au gouvernement[78] de créer un fonds spécial répondant aux besoins de ces émissions[79].

L'AMPIA a recommandé au CRTC « d'inclure tous les avantages régionaux comme conditions d'octroi de la licence » en raison de l'effet dévastateur pour la production régionale que provoquent les investissements faits à l'extérieur d'une région[80]. Elle estimait en outre que le CRTC devrait :

> ... établir des politiques publiques catégoriques qui évitent l'éventualité d'utilisation de pratiques intéressées et ce pour tous les radiodiffuseurs. Nous recommandons également d'étudier les limites raisonnables à la propriété de l'entreprise, de façon à ce que les réalisateurs indépendants restent réellement indépendants[81].

Pour sa part, M. Dan Viau a recommandé l'adoption d'une mesure réglementaire pour faire en sorte que les régions ayant une faible densité de population soient desservies. Il a déclaré ce qui suit :

> Si le gouvernement n'exige pas, par le biais de la *Loi sur la radiodiffusion* et du CRTC, que les radiodiffuseurs traditionnels s'engagent fermement et sérieusement à réaliser des émissions locales et régionales, les gens des Maritimes vont probablement disparaître à tout jamais de la télévision en dehors des émissions d'information[82].

Enfin, l'Association canadienne des radiodiffuseurs a soutenu que la programmation locale devrait être considérée comme étant de la programmation prioritaire, et elle a demandé au gouvernement de créer un crédit spécial pour les émissions locales autres que d'information[83].

D. Solutions proposées

Dans l'ensemble, le Comité considère la nouvelle politique de télévision communautaire du CRTC comme étant un pas dans la bonne direction. Notamment, la nouvelle catégorie de télévision communautaire (c.-à-d. le service de programmation communautaire) peut, dans certaines collectivités, contribuer à combler le vide créé par les câblodistributeurs qui ne desservent pas les citoyens locaux (ou ne peuvent les desservir). Le Comité appuie également la création d'une catégorie de licence distincte pour les *entreprises de programmation de télévision communautaire*. Il reconnaît qu'il existe des problèmes fondamentaux dans la production et la présentation de la programmation locale et communautaire et qu'il faut créer de toute urgence de nouveaux espaces pour ces voix.

Le Comité a toutefois des réserves au sujet de plusieurs aspects de la politique du CRTC relative à la programmation communautaire, locale et régionale. En effet, **le Comité a remarqué que, parmi les témoins qui ont traité de la programmation communautaire, locale et régionale, il y avait un net consensus quant à la nécessité de ne pas accepter le statu quo et de demander au gouvernement fédéral de prendre des mesures à cet égard**. Par conséquent, le Comité présente ci-après des propositions et des recommandations qui pourraient, selon lui, contribuer à préserver et à renforcer le rôle important de la radiodiffusion communautaire, locale et régionale au sein du système canadien de radiodiffusion.

Accès des citoyens

Le Comité est convaincu que l'accès des citoyens doit demeurer un objectif fondamental du système canadien de radiodiffusion parce que c'est là le seul moyen d'assurer une diversité de voix, d'opinions et de représentation. Il craint que la politique sur la télévision communautaire (adoptée par le CRTC après 1997) n'ait considérablement modifié le fonctionnement des stations communautaires des câblodistributeurs (qui ont notamment recours à la centralisation et au réseautage). Par conséquent, même si le CRTC précise dans sa politique de 2002 sur les médias communautaires qu'il s'attend à ce que les entreprises de câblodistribution assurent l'accès des citoyens et la promotion de la formation, le Comité n'est pas convaincu qu'il obtiendra nécessairement les résultats souhaités. Il croit donc que l'accès des citoyens aux installations de télévision communautaire devrait être une exigence du CRTC plutôt qu'une attente.

RECOMMANDATION 9.1 :

Le Comité recommande que le CRTC exige des entreprises de distribution de radiodiffusion qu'elles favorisent l'accès des groupes communautaires et des bénévoles aux installations de la télévision communautaire aux fins de produire des émissions de télévision locales et communautaires.

Le Comité reconnaît que l'application de cette exigence devra tenir compte des différentes situations des entreprises de distribution de radiodiffusion du Canada (*c.-à-d. distribution par câble ou par satellite*). Le CRTC ne devrait toutefois exempter aucune de ces entreprises de certains niveaux et types d'accès des citoyens à la télévision communautaire.

Ambiguïtés dans les définitions et incohérence des politiques

Le Comité est d'avis que la nouvelle politique du CRTC relative aux médias communautaires ne dissipe pas vraiment les ambiguïtés dans les définitions ni les incohérences se rattachant aux utilisations actuelles des termes *communautaire, local et régional*. Au contraire, elle ne fait que souligner le problème lorsqu'elle indique que :

> Le Conseil estime que les émissions locales de télévision communautaire sont des émissions, telles que définies dans la *Loi sur la radiodiffusion*, qui reflètent la collectivité et qui sont produites soit par le titulaire dans la zone de desserte autorisée, soit par les membres de la collectivité de la zone de desserte autorisée. Les émissions produites dans d'autres zones autorisées dans la même municipalité seront également considérées comme des émissions locales de télévision communautaire[44].

Dans le cas des grands centres urbains comme Montréal, Vancouver et Toronto, le Conseil est encore moins clair :

> Le Conseil s'attend à ce que les titulaires qui fournissent une programmation communautaire dans les grandes zones urbaines de Toronto, Montréal et Vancouver présentent lors du renouvellement de leur licence les projets et engagements sur la manière qu'ils refléteront les divers groupes communautaires de leurs zones de desserte autorisées qui vivent dans ces centres urbains[45].

Bien que certains puissent prétendre que ces nouvelles définitions éclairent les concepts de ce qui est local dans le contexte de la télévision communautaire, la réalité reste qu'elles aggravent les nombreux problèmes de définition soulevés par les témoins qui ont comparu devant le Comité. En effet, il devrait être clair maintenant qu'il sera difficile de trouver des définitions satisfaisantes des termes communautaire, local et régional.

Il est également clair que bon nombre de problèmes mentionnés dans le présent chapitre sont imputables à l'absence d'une compréhension commune de termes clés et des politiques incroyablement nombreuses que le CRTC a élaborées au fil du temps. Par exemple, les canaux communautaires pourraient être exploités de façon indépendante et les règles relatives à la publicité pourraient être harmonisées. C'est pourquoi le **Comité croit que le moment est venu de rationaliser et d'harmoniser les nombreuses politiques du CRTC concernant les divers éléments de la radiodiffusion communautaire, locale et régionale**. Par conséquent :

RECOMMANDATION 9.2 :

Le Comité recommande que le ministère du Patrimoine canadien élabore une politique relative à la radiodiffusion communautaire, locale et régionale, en consultation avec les principaux intervenants de l'industrie, notamment les

Accès des citoyens

Le Comité est convaincu que l'accès des citoyens doit demeurer un objectif fondamental du système canadien de radiodiffusion parce que c'est là le seul moyen d'assurer une diversité de voix, d'opinions et de représentation. Il craint que la politique sur la télévision communautaire adoptée par le CRTC après 1997 n'ait considérablement modifié le fonctionnement des stations communautaires des câblodistributeurs qui ont notamment recours à la centralisation et au réseautage. Par conséquent, même si le CRTC précise dans sa politique de 2002 sur les médias communautaires qu'il s'attend à ce que les entreprises de câblodistribution assurent l'accès des citoyens et la promotion de la formation, le Comité n'est pas convaincu qu'il obtiendra nécessairement les résultats souhaités. Il croit donc que l'accès des citoyens aux installations de télévision communautaire devrait être une exigence du CRTC plutôt qu'une attente.

RECOMMANDATION 9.1 :

Le Comité recommande que le CRTC exige des entreprises de distribution de radiodiffusion qu'elles favorisent l'accès des groupes communautaires et des bénévoles aux installations de la télévision communautaire aux fins de produire des émissions de télévision locales et communautaires.

Le Comité reconnaît que l'application de cette exigence devra tenir compte des différentes situations des entreprises de distribution de radiodiffusion du Canada (c'est-à-dire distribution par câble ou par satellite). Le CRTC ne devrait toutefois exempter aucune de ces entreprises de certains niveaux et types d'accès des citoyens à la télévision communautaire.

Ambiguïtés dans les définitions et incohérence des politiques

Le Comité est d'avis que la nouvelle politique du CRTC relative aux médias communautaires ne dissipe pas vraiment les ambiguïtés dans les définitions ni les incohérences se rattachant aux utilisations actuelles des termes *communautaire, local* et *régional*. Au contraire, elle ne fait que souligner le problème lorsqu'elle indique que :

> Le Conseil estime que les émissions locales de télévision communautaire sont des émissions telles que définies dans la *Loi sur la radiodiffusion* qui reflètent la collectivité et qui sont produites soit par le titulaire dans la zone de desserte autorisée, soit par les membres de la collectivité de la zone de desserte autorisée. Les émissions produites dans d'autres zones autorisées dans la même municipalité seront également considérées comme des émissions locales de télévision communautaire.

Dans le cas des grands centres urbains comme Montréal, Vancouver et Toronto, le Conseil est encore moins clair :

> Le Conseil s'attend à ce que les titulaires qui fournissent une programmation communautaire dans les grandes zones urbaines de Toronto, Montréal et Vancouver présentent, lors du renouvellement de leur licence, les projets et engagements sur la manière qu'ils refléteront les divers groupes communautaires de leurs zones de desserte autorisées qui vivent dans ces centres urbains.

Bien que certains puissent prétendre que ces nouvelles définitions éclairent les concepts de ce qui est local dans le contexte de la télévision communautaire, la réalité reste qu'elles aggravent les nombreux problèmes de définition soulevés par les témoins qui ont comparu devant le Comité. En effet, il devrait être clair maintenant qu'il sera difficile de trouver des définitions satisfaisantes des termes communautaire, local et régional.

Il est également clair que bon nombre de problèmes mentionnés dans le présent chapitre sont imputables à l'absence d'une compréhension commune de termes clés et des politiques incroyablement nombreuses que le CRTC a élaborées au fil du temps. Par exemple, les canaux communautaires pourraient être exploités de façon indépendante et les règles relatives à la publicité pourraient être harmonisées. C'est pourquoi le **Comité croit que le moment est venu de rationaliser et d'harmoniser les nombreuses politiques du CRTC concernant les divers éléments de la radiodiffusion communautaire, locale et régionale**. Par conséquent :

RECOMMANDATION 9.2 :

Le Comité recommande que le ministère du Patrimoine canadien élabore une politique relative à la radiodiffusion communautaire, locale et régionale, en consultation avec les principaux intervenants de l'industrie, notamment les

radiodiffuseurs publics, privés, communautaires, éducatifs et sans but lucratif et les groupes d'intérêt concernés.

Le Comité croit que le résultat découlant de ce processus devrait être la formulation d'une politique claire et cohérente relative à la radiodiffusion et à la programmation communautaires, locales et régionales, politique qui rassemblerait également les paramètres touchant la radiodiffusion à caractère ethnique, de faible puissance, de campus et dans la langue d'une collectivité minoritaire de langue officielle. De plus, le Comité s'attend que la politique contienne un énoncé clair des objectifs, des estimations réalistes des coûts favorisant l'atteinte de ces objectifs et un ensemble complet de mesures de rendement.

La politique devrait également reconnaître la contribution que peuvent apporter divers éléments du système, notamment l'accès au canal communautaire, et, contrairement à la situation actuelle, être neutre du point de vue technologique en ce qui a trait aux différents mécanismes de distribution. Autrement dit, les exigences imposées aux câblodistributeurs ne devraient pas être sensiblement différentes de celles qui sont imposées aux radiodiffuseurs en direct ou aux entreprises de distribution par satellite (dont il est question ci-après).

Rôle de la distribution par satellite de radiodiffusion directe

En dépit de la croissance rapide du marché canadien de la distribution par satellite de radiodiffusion directe (SRD) (qui est passé d'une part de marché de 2,6 % en 1998 à 16,2 % en 2001), le Conseil a réaffirmé sa décision antérieure dans sa nouvelle politique sur les médias communautaires. En effet, le Conseil « croit que le concept de canaux communautaires par SRD n'est pas en harmonie avec les objectifs qu'il propose — à savoir une programmation communautaire accrue produite à une échelle locale et reflétant la réalité de la collectivité locale[xv] ».

Autrement dit, le mode de distribution de services de radiodiffusion qui connaît la croissance la plus rapide au Canada continue d'être exempté de l'obligation de distribuer une programmation locale communautaire étant donné qu'il n'est pas « en harmonie » avec les objectifs du CRTC. **Le Comité trouve cette décision particulièrement déconcertante. Il rappelle au CRTC que selon la politique canadienne de radiodiffusion, notre système de radiodiffusion est un système unique composé**

« d'éléments publics, privés et communautaires ». Dans le but de souligner cet élément fondamental — auquel les chapitres de la troisième partie du rapport accordent une place importante — le Comité fait la recommandation suivante :

RECOMMANDATION 9.3 :

Le Comité recommande que le gouvernement du Canada prenne des mesures pour faire en sorte que les ministères et organismes responsables du système canadien de radiodiffusion continuent de traiter le système de radiodiffusion comme un système unique.

Compte tenu de ce principe fondamental, **le Comité insiste sur l'importance de trouver une solution pour s'assurer que les services par SRD du Canada jouent un rôle plus direct dans la diffusion de la programmation de télévision communautaire**. Il est au courant d'au moins deux options (partage de temps et Internet par satellite — voir l'encadré) qui permettraient aux fournisseurs de services par satellite du Canada de jouer un rôle plus actif dans la programmation communautaire.

Options de distribution des services de télévision communautaire

Divers scénarios se prêtent à la distribution de services de télévision communautaire :

Modèle traditionnel — Lorsqu'une collectivité est desservie par le câble, le câblodistributeur offre le canal communautaire avec la série de canaux de télévision qu'il retransmet.

Microtransmission — Lorsque le câble n'existe pas, mais qu'un microémetteur local est en place, les signaux de télévision communautaire peuvent être retransmis au moyen de fréquences VHF ordinaires plutôt que par câble. (Nota : l'utilisation des normes 802.11/802.16 pour l'accès direct à l'abonné dans certaines petites collectivités suscite de l'intérêt.)

Satellite de radiodiffusion directe — Tous les récepteurs de signaux transmis par satellite de radiodiffusion directe (SRD) peuvent être programmés individuellement (au moyen de codes) de manière à

radiodiffuseurs publics, privés, communautaires, éducatifs et sans but lucratif et les groupes d'intérêt concernés.

Le Comité croit [illegible] le résultat découlant de ce processus devrait être la formulation [illegible]ne politique claire et cohérente relative à la radiodiffusion et à la programmation communautaires, locales et régionales, politique qui rassemblerait également les paramètres touchant la radiodiffusion à caractère ethnique, de faible puissance, de campus et dans la langue d'une collectivité minoritaire de langue officielle. De plus, le Comité s'attend que la politique contienne un énoncé clair des objectifs, des estimations réalistes des coûts favorisant l'atteinte de ces objectifs et un ensemble complet de mesures de rendement.

La politique devrait également reconnaître la contribution que peuvent apporter divers éléments du système, notamment l'accès au canal communautaire, et, contrairement à la situation actuelle, être neutre du point de vue technologique en ce qui a trait aux différents mécanismes de distribution. Autrement dit, les exigences imposées aux câblodistributeurs ne devraient pas être sensiblement différentes de celles qui sont imposées aux radiodiffuseurs en direct ou aux entreprises de distribution par satellite dont il est question ci-après.

Rôle de la distribution par satellite de radiodiffusion directe

En dépit de la croissance rapide du marché canadien de la distribution par satellite de radiodiffusion directe (SRD) — qui est passé d'une part de marché de 2,6 % en 1998 à 16,2 % en 2001 — le Conseil a réaffirmé sa décision antérieure dans sa nouvelle politique sur les médias communautaires. En effet, le Conseil « croit que le concept de canaux communautaires par SRD n'est pas en harmonie avec les objectifs qu'il propose — à savoir une programmation communautaire access produite à une échelle locale et reflétant la réalité de la collectivité locale ».

Autrement dit, le mode de distribution de services de radiodiffusion qui connaît la croissance la plus rapide au Canada continue d'être exempté de l'obligation de distribuer une programmation locale communautaire étant donné qu'il n'est pas « en harmonie » avec les objectifs du CRTC. Le Comité trouve cette décision particulièrement déconcertante. Il rappelle au CRTC que selon la politique canadienne de radiodiffusion, notre système de radiodiffusion est un système unique composé

« d'éléments publics, privés et communautaires ». Dans le but de souligner cet élément fondamental — auquel les chapitres de la troisième partie du rapport accordent une place importante — le Comité fait la recommandation suivante :

> RECOMMANDATION 9.3 :
>
> Le Comité recommande que le gouvernement du Canada prenne des mesures pour faire en sorte que les ministères et organismes responsables du système canadien de radiodiffusion continuent de traiter le système de radiodiffusion comme un système unique.

Compte tenu de ce principe fondamental, le Comité insiste sur l'importance de trouver une solution pour s'assurer que les services par SRD du Canada jouent un rôle plus direct dans la diffusion de la programmation de télévision communautaire. Il est au courant d'au moins deux options : partage de temps et Internet par satellite — voir l'encadré — qui permettraient aux fournisseurs de services par satellite du Canada de jouer un rôle plus actif dans la programmation communautaire.

Options de distribution des services de télévision communautaire

Divers scénarios se prêtent à la distribution de services de télévision communautaire :

Modèle traditionnel — Lorsqu'une collectivité est desservie par le câble, le câblodistributeur offre le canal communautaire avec la série de canaux de télévision qu'il retransmet.

Microtransmission — Lorsque le câble n'existe pas, mais qu'un microémetteur local est en place, les signaux de télévision communautaire peuvent être retransmis au moyen de fréquences VHF ordinaires plutôt que par câble. (Nota : l'utilisation des normes 802.11/802.16 pour l'accès direct à l'abonné dans certaines petites collectivités suscite de l'intérêt.)

Satellite de radiodiffusion directe — Tous les récepteurs de signaux transmis par satellite de radiodiffusion directe (SRD) peuvent être programmés individuellement (au moyen de codes) de manière à

autoriser l'accès à tout canal de radiodiffusion. De plus, il est possible de programmer ces récepteurs de manière qu'ils attribuent des créneaux temporels aux canaux. Ainsi, le babillard d'un canal communautaire peut être transmis selon un créneau temporel particulier, conservé à l'échelon local et mis à jour selon un calendrier précis. Lorsqu'un auditoire plus important doit regarder une vidéo communautaire diffusée dans de nombreuses collectivités, il est possible de transmettre cette vidéo au moyen du code pertinent (il faut toutefois noter que des parties de cette solution sont couramment utilisées, mais que l'utilisation proposée ici n'est pas pratique courante). Il reste à déterminer comment l'information se rendrait aux concentrateurs des radiodiffuseurs (dans le cas d'ExpressVu, cela se ferait à ses locaux de Toronto) et quel rendement (financier) le fournisseur de services par SRD envisagerait pour l'utilisation de ce canal.

Internet par satellite — Il ne s'agit pas au sens strict d'une solution de radiodiffusion. Cette option semble être la plus facilement accessible et la plus abordable. Les services Internet par satellite à large bande connaissent une instauration rapide dans les collectivités rurales et du Nord (Knet est un des fournisseurs; actuellement sept ou huit fournisseurs offrent le réseau de base). Un nombre croissant de fournisseurs d'accès Internet, ou FAI, (dont FCNQ) offrent le service Internet aux collectivités au moyen du réseau satellitaire de base. Dans ce cas, une collectivité pourrait travailler en collaboration avec un FAI établi afin de créer un site Web pour une collectivité dont un membre désigné (et ayant reçu de la formation) ou un tiers contractuel s'occuperait de recueillir l'information locale et de créer une ou plusieurs pages Internet acceptables. De nombreuses collectivités du Nord ont déjà adopté cette solution.

Source : Keith Fagan et associés. Satellite Broadcast Information, document préparé à l'intention du Comité permanent du patrimoine canadien.

Par conséquent, le Comité présente la recommandation ci-après.

RECOMMANDATION 9.4 :

Le Comité recommande que le gouvernement fédéral rende un décret ordonnant au CRTC de revoir sa décision

d'exempter les services par SRD de l'obligation d'offrir des services de télévision communautaire.

À cet égard, le Comité fait remarquer que la capacité du système de distribution d'offrir des canaux supplémentaires s'est accrue considérablement au cours de la dernière décennie. Par exemple, les systèmes de câblodistribution peuvent remplacer un canal analogique par huit canaux numériques. Selon le nombre de transpondeurs, la plupart des satellites modernes peuvent facilement transmettre plus de 100 canaux. En outre, d'après l'information fournie au Comité, chaque canal transmis par satellite coûte normalement entre 150 000 $ et 200 000 $ par mois. Cela signifie que de huit à dix canaux numériques offrant la meilleure programmation communautaire, locale ou régionale de langues française et anglaise pourraient très facilement être lancés et distribués pour moins de 20 millions de dollars par année[*].

Par conséquent, puisqu'il est clair que, sur le plan technique (et financier), il est déjà possible de créer plus de place au sein du système canadien de radiodiffusion, le Comité croit qu'il est impératif que le gouvernement et l'industrie travaillent de concert à l'élaboration d'une stratégie visant la création de nouveaux canaux numériques (dans les deux langues officielles) qui permettraient de présenter la meilleure programmation communautaire, locale et régionale du Canada à la population du pays. Compte tenu de ce qui précède :

RECOMMANDATION 9.5 :

Le Comité recommande que le gouvernement du Canada étudie la faisabilité de la création de nouveaux canaux numériques en vue de distribuer la meilleure programmation communautaire, locale et régionale du Canada à la population du pays.

Cette étude de faisabilité devrait se pencher sur la propriété et le fonctionnement de ces canaux, le mode de sélection et de distribution de la programmation et la façon dont seront réparties les recettes aux fins d'appuyer la production d'autres émissions.

Des témoins ont déclaré au Comité que la distribution des signaux locaux aux abonnés par les fournisseurs de services par SRD du Canada était, dans le meilleur des cas, insatisfaisante. Même si le Comité est au courant que le CRTC est actuellement saisi de propositions de Bell ExpressVu et de

autoriser l'accès à tout canal de radiodiffusion. De plus il est possible de programmer ces récepteurs de manière qu'ils attribuent des créneaux temporels aux canaux. Ainsi, le babillard d'un canal communautaire peut être transmis selon un créneau temporel particulier, conservé à l'échelon local et mis à jour selon un calendrier précis. Lorsqu'un auditoire plus important doit regarder une vidéo communautaire diffusée dans de nombreuses collectivités, il est possible de transmettre cette vidéo au moyen du code pertinent (il faut toutefois noter que des parties de cette solution sont couramment utilisées, mais que l'utilisation proposée ici n'est pas pratique courante). Il reste à déterminer comment l'information se rendrait aux concentrateurs des radiodiffuseurs (dans le cas d'ExpressVu, cela se ferait à ses locaux de Toronto) et quel rendement (financier) le fournisseur de services par SRD envisagerait pour l'utilisation de ce canal.

Internet par satellite — Il ne s'agit pas au sens strict d'une solution de radiodiffusion. Cette option semble être la plus facilement accessible et la plus abordable. Les services Internet par satellite à large bande connaissent une instauration rapide dans les collectivités rurales et du Nord (Knet est un des fournisseurs; actuellement sept ou huit fournisseurs offrent le réseau de base). Un nombre croissant de fournisseurs d'accès Internet, ou FAI, (dont FCNQ) offrent le service Internet aux collectivités au moyen du réseau satellitaire de base. Dans ce cas, une collectivité pourrait travailler en collaboration avec un FAI établi afin de créer un site Web pour une collectivité dont un membre désigné (et ayant reçu de la formation) ou un tiers contractuel s'occuperait de recueillir l'information locale et de créer une ou plusieurs pages Internet acceptables. De nombreuses collectivités du Nord ont déjà adopté cette solution.

Source : Keith Fagan et associés. Satellite Broadcast Information, document préparé à l'intention du Comité permanent du patrimoine canadien.

Par conséquent, le Comité présente la recommandation ci-après :

RECOMMANDATION 9.4 :

Le Comité recommande que le gouvernement fédéral rende un décret ordonnant au CRTC de revoir sa décision

d'exempter les services par SRD de l'obligation d'offrir des services de télévision communautaire.

À cet égard, le Comité fait remarquer que la capacité du système de distribution d'offrir des canaux supplémentaires s'est accrue considérablement au cours de la dernière décennie. Par exemple, les systèmes de câblodistribution peuvent remplacer un canal analogique par huit canaux numériques. Selon le nombre de transpondeurs, la plupart des satellites modernes peuvent facilement transmettre plus de 100 canaux. En outre, d'après l'information fournie au Comité, chaque canal transmis par satellite coûte normalement entre 150 000 $ et 200 000 $ par mois. Cela signifie que de huit à dix canaux numériques offrant la meilleure programmation communautaire locale ou régionale de langues française et anglaise pourraient très facilement être lancés et distribués pour moins de 20 millions de dollars par année.

Par conséquent, puisqu'il est clair que, sur le plan technique et financier, il est déjà possible de créer plus de place au sein du système canadien de radiodiffusion, le Comité croit qu'il est impératif que le gouvernement et l'industrie travaillent de concert à l'élaboration d'une stratégie visant la création de nouveaux canaux numériques (dans les deux langues officielles) qui permettraient de présenter la meilleure programmation communautaire, locale et régionale du Canada à la population du pays. Compte tenu de ce qui précède :

RECOMMANDATION 9.5 :

Le Comité recommande que le gouvernement du Canada étudie la faisabilité de la création de nouveaux canaux numériques en vue de distribuer la meilleure programmation communautaire, locale et régionale du Canada à la population du pays.

Cette étude de faisabilité devrait se pencher sur la propriété et le fonctionnement de ces canaux, le mode de sélection et de distribution de la programmation et la façon dont seront réparties les recettes aux fins d'appuyer la production d'autres émissions.

Des témoins ont déclaré au Comité que la distribution des signaux locaux aux abonnés par les fournisseurs de services par SRD du Canada était, dans le meilleur des cas, insatisfaisante. Même si le Comité est au courant que le CRTC est actuellement saisi de propositions de Bell ExpressVu et de

StarChoice concernant la question et que des négociations sont en cours en vue de trouver une solution équitable, il redoute grandement que ces propositions n'entraînent une réduction des sommes affectées au Fonds canadien de télévision (cette question est traitée plus en détail au chapitre 5). Par conséquent, bien que le Comité soit satisfait que des efforts soient déployés pour corriger la situation, il se sent obligé de faire la recommandation suivante :

RECOMMANDATION 9.6 :

Le Comité recommande au CRTC de travailler en collaboration avec les intervenants de l'industrie de la radiodiffusion pour trouver une solution au problème de distribution des signaux locaux par SRD afin d'offrir aux abonnés le plus de programmation locale appropriée possible. La solution adoptée ne devrait toutefois pas entraîner une réduction des contributions des fournisseurs de services par SRD au Fonds canadien de télévision.

Cela étant dit, le Comité est également conscient qu'en février 2003, le Comité permanent des langues officielles a publié un rapport dans lequel il demande la distribution par SRD de tous les signaux régionaux de la SRC/CBC. Compte tenu de l'importance de la SRC en tant qu'instrument de politique publique et de la nécessité pour tous les citoyens canadiens d'avoir un accès juste et équitable à un signal local (ou régional) de la CBC et de la SRC, le Comité présente la recommandation suivante :

RECOMMANDATION 9.7 :

Le Comité recommande que le gouvernement rende un décret ordonnant au CRTC d'exiger des fournisseurs de services par SRD du Canada de distribuer le signal des stations de télévision locales de la SRC/CBC.

Cela ne signifie toutefois pas que le Comité croit que chaque station de la SRC/CBC doit être distribuée par SRD. Au contraire, il est d'avis qu'une stratégie pourrait (et devrait) être élaborée pour faire en sorte qu'une quantité raisonnable d'émissions (nouvelles et autres) locales et régionales de la CBC/SRC soit offerte aux abonnés des services par SRD.

Aide financière

Le Comité trouve très préoccupant que les restrictions en matière d'attribution de licences, les limites arbitraires de la distribution et des mesures réglementaires mal inspirées empêchent des services de programmation communautaire, locale et régionale de voir le jour ou d'être correctement distribués. De plus, il ne peut s'empêcher de conclure que les mécanismes et les intervenants actuels n'ont pas réussi à assurer la distribution d'émissions communautaires, locales et régionales. Comme le Comité l'a signalé dans le chapitre portant sur la SRC, celle-ci n'a pas les ressources nécessaires pour s'acquitter de son mandat. De plus, tel qu'il est mentionné ci-dessus, la distribution par satellite des signaux locaux comporte de graves problèmes.

Les témoignages à cet égard ont été éloquents et beaucoup d'entre eux, notamment celui de la ministre du Patrimoine canadien, ont laissé entendre que des partenariats permettraient dans une large mesure de résoudre ces problèmes. Pour ces raisons, le Comité croit qu'une nouvelle mesure de financement s'impose et qu'elle doit répondre aux besoins du système exprimés par les témoins. Par conséquent :

RECOMMANDATION 9.8 :

Le Comité recommande que le ministère du Patrimoine canadien crée un programme d'aide à la radiodiffusion locale (PARL) en vue d'appuyer la distribution de la programmation radiophonique et télévisuelle aux échelons communautaire, local et régional.

Le Comité croit que le PARL devra avoir certaines caractéristiques précises. Il devrait être conçu de manière que les initiatives proviennent des collectivités locales et aient l'appui et la participation de partenaires clés. Comme chaque collectivité aura des besoins différents, divers modèles seront utilisés. Dans une collectivité, un groupe de citoyens, une entreprise locale et un radiodiffuseur pourraient présenter une demande au Programme dans le but de diffuser un spectacle d'artistes locaux, une activité de bienfaisance ou un concert. Dans une autre, un radiodiffuseur local pourrait, avec l'appui adéquat, aménager un studio ou acheter de l'équipement essentiel afin de mieux couvrir les événements locaux. Accessible à tous les radiodiffuseurs, le PARL serait aussi un moyen de ramener la SRC à la radiodiffusion locale.

StarChoice concernant la question et que des négociations sont en cours en vue de trouver une solution équitable, il redoute grandement que ces propositions n'entraînent une réduction des sommes affectées au Fonds canadien de télévision. Cette question est traitée plus en détail au chapitre 5. Par conséquent, bien que le Comité soit satisfait que des efforts soient déployés pour corriger la situation, il se sent obligé de faire la recommandation suivante :

RECOMMANDATION 9.6 :

Le Comité recommande au CRTC de travailler en collaboration avec les intervenants de l'industrie de la radiodiffusion pour trouver une solution au problème de distribution des signaux locaux par SRD afin d'offrir aux abonnés le plus de programmation locale appropriée possible. La solution adoptée ne devrait toutefois pas entraîner une réduction des contributions des fournisseurs de services par SRD au Fonds canadien de télévision.

Cela étant dit, le Comité est également conscient qu'en février 2003, le Comité permanent des langues officielles a publié un rapport dans lequel il demande la distribution par SRD de tous les signaux régionaux de la SRC/CBC. Compte tenu de l'importance de la SRC en tant qu'instrument de politique publique et de la nécessité pour tous les citoyens canadiens d'avoir un accès juste et équitable à un signal local (ou régional) de la CBC et de la SRC, le Comité présente la recommandation suivante :

RECOMMANDATION 9.7 :

Le Comité recommande que le gouvernement rende un décret ordonnant au CRTC d'exiger des fournisseurs de services par SRD du Canada de distribuer le signal des stations de télévision locales de la SRC/CBC.

Cela ne signifie toutefois pas que le Comité croit que chaque station de la SRC/CBC doit être distribuée par SRD. Au contraire, il est d'avis qu'une stratégie pourrait et devrait être élaborée pour faire en sorte qu'une quantité raisonnable d'émissions (nouvelles et autres) locales et régionales de la CBC/SRC soit offerte aux abonnés des services par SRD.

Aide financière

Le Comité trouve très préoccupant que les restrictions en matière d'attribution de licences, les limites arbitraires de la distribution et des mesures réglementaires mal inspirées empêchent des services de programmation communautaire locale et régionale de voir le jour ou d'être correctement distribués. De plus, il ne peut s'empêcher de conclure que les mécanismes et les intervenants actuels n'ont pas réussi à assurer la distribution d'émissions communautaires locales et régionales. Comme le Comité l'a signalé dans le chapitre portant sur la SRC, celle-ci n'a pas les ressources nécessaires pour s'acquitter de son mandat. De plus, tel qu'il est mentionné ci-dessus, la distribution par satellite des signaux locaux comporte de graves problèmes.

Les témoignages à cet égard ont été éloquents et beaucoup d'entre eux, notamment celui de la ministre du Patrimoine canadien, ont laissé entendre que des partenariats permettraient dans une large mesure de résoudre ces problèmes. Pour ces raisons, le Comité croit qu'une nouvelle mesure de financement s'impose et qu'elle doit répondre aux besoins du système exprimés par les témoins. Par conséquent :

RECOMMANDATION 9.8 :

Le Comité recommande que le ministère du Patrimoine canadien crée un programme d'aide à la radiodiffusion locale (PARL) en vue d'appuyer la distribution de la programmation radiophonique et télévisuelle aux échelons communautaire, local et régional.

Le Comité croit que le PARL devra avoir certaines caractéristiques précises. Il devrait être conçu de manière que les initiatives proviennent des collectivités locales et aient l'appui et la participation de partenaires clés. Comme chaque collectivité aura des besoins différents, divers modèles seront utilisés. Dans une collectivité, un groupe de citoyens, une entreprise locale et un radiodiffuseur pourraient présenter une demande au Programme dans le but de diffuser un spectacle d'artistes locaux, une activité de bienfaisance ou un concert. Dans une autre, un radiodiffuseur local pourrait, avec l'appui adéquat, aménager un studio ou acheter de l'équipement essentiel afin de mieux couvrir les événements locaux. Accessible à tous les radiodiffuseurs, le PARL serait aussi un moyen de ramener la SRC à la radiodiffusion locale.

Le Comité signale que le ministère du Patrimoine canadien devra élaborer des définitions, des cibles, des critères et des objectifs clairs en ce qui a trait au financement des projets de radiodiffusion communautaire, locale et régionale. Selon lui, le Programme d'aide à la radiodiffusion locale devrait refléter les objectifs énoncés dans la nouvelle politique en matière de radiodiffusion communautaire, locale et régionale (dont il est question ci-dessus). De plus, il devrait permettre aux collectivités locales d'exprimer des besoins particuliers, et susciter l'intérêt des radiodiffuseurs, qui ne seraient autrement pas enclins à s'occuper de programmation locale. Le Fonds n'a donc pas besoin d'être symétrique dans l'ensemble du Canada, mais devrait plutôt permettre la réalisation de projets répondant à des besoins particuliers.

Dans l'ensemble, le Comité est convaincu que les partenariats rendus possibles grâce au PARL contribueraient à résoudre de nombreux problèmes touchant la production d'émissions communautaires, locales et régionales. Le Fonds permettrait en outre aux radiodiffuseurs locaux d'offrir des émissions à valeur ajoutée et aux radiodiffuseurs communautaires de profiter d'un nouvel éventail de possibilités.

Reddition de comptes

Comme il a été mentionné dans le présent rapport, le Comité est très préoccupé par l'absence de données valables et fiables concernant le système canadien de radiodiffusion. Il est aussi profondément troublé par le fait que les divers éléments du système ne font l'objet d'aucune évaluation ni d'aucun rapport. Comme il a été mentionné précédemment, **le Comité a été très contrarié de ne disposer d'aucune donnée sur la télévision communautaire, et c'est avec consternation qu'il a constaté qu'il n'existe pratiquement aucune information sur le résultat des dépenses annuelles (d'environ 75 à 80 millions de dollars) engagées par les câblodistributeurs pour appuyer la télévision communautaire**. C'est pourquoi il formule la recommandation suivante :

RECOMMANDATION 9.9 :

Le Comité recommande que le ministère du Patrimoine canadien, en collaboration avec le CRTC, soit tenu de produire un rapport annuel sur la télévision communautaire. Ce rapport devrait contenir des renseignements sur la formation, l'accès et la participation (d'employés et de

bénévoles), les genres d'appui ainsi que le nombre d'heures et la gamme de programmation produite.

De plus, compte tenu des recommandations formulées dans le présent chapitre :

RECOMMANDATION 9.10 :

Le Comité recommande que les modifications apportées à la radiodiffusion communautaire, locale et régionale par suite de la mise en œuvre des recommandations du rapport fassent l'objet d'une évaluation de la part du ministère compétent deux ans après leur adoption, et à des intervalles raisonnables par la suite (p. ex., tous les cinq ans). Ces rapports devraient également être présentés au Comité.

Notes en fin de chapitre

1 L'annexe 11 porte sur les services de télévision et de radio à caractère ethnique, de faible puissance, de campus et destinés aux minorités francophones.
2 Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes, *Politique relative aux entreprises de réception de radiodiffusion (télévision par câble)*, 16 décembre 1975, p. 4.
3 Rapport du Groupe de travail sur la politique de la radiodiffusion (Caplan-Sauvageau), Ottawa, Approvisionnements et Services Canada, 1986, p. 491.
4 Avis public CRTC 1997-25.
5 Avis public CRTC 2002-61.
6 *Ibid.*
7 *Ibid.*
8 Avis public CRTC 2001-129.
9 Réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, 27 février 2002.
10 Réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, 21 mars 2002.
11 Rogers Television, *Out of the Fog*, échantillon des commentaires de téléspectateurs du 7 novembre 2001 au 24 avril 2002, visite de l'endroit, 29 avril 2002.
12 *Ibid.*
13 *Ibid.*
14 Réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, 27 février 2002.
15 *Ibid.*
16 Réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, 25 février 2002.
17 Réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, 19 mars 2002.
18 Réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, 2 mai 2002.
19 Mémoire déposé devant le Comité permanent du patrimoine canadien de la Chambre des communes, COGECO inc., 15 juin 2000.
20 Contrairement aux stations de radio communautaires indépendantes, les organisations indépendantes comme la CTGC ne détiennent pas de licence du CRTC. Il s'ensuit que la quasi totalité des services de télévision communautaire — directement (dans le cas des canaux propriété d'EDR) ou indirectement (dans le cas des canaux indépendants) — dépendent de la transmission par câble.
21 Cogeco inc., Réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, 15 juin 2000.
22 Lettre de Lynda G. Leonard au Comité permanent du patrimoine canadien, 20 février 2002.
23 Réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, 21 mai 2002.

24 Réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, 2 mai 2002.
25 Avis public CRTC 2000-13.
26 *Ibid.*
27 *Ibid.*
28 *Ibid.*
29 Impératif français, mémoire déposé devant le Comité permanent du patrimoine canadien, p. 1.
30 Réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, 9 avril 2002.
31 *Ibid.*
32 Le 17 avril 2003, le CRTC a approuvé l'octroi d'une licence de radio à *La Coopérative radiophonique de Toronto inc.* afin de lui permettre de desservir la Région du Grand Toronto.
33 Réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, 2 mai 2002.
34 Réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, 30 avril 2002.
35 Alliance des radios communautaires du Canada, Mémoire, p. 3.
36 Réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, 25 février 2002.
37 *Ibid.*
38 Normalement, le financement accordé par le ministère du Patrimoine canadien est revu sur une base annuelle. Voir « Les radios communautaires reçoivent l'aide de Patrimoine Canada », *L'Acadie Nouvelle*, 26 juillet 2002. Quelque temps après le témoignage de M. Desgagné, la ministre a annoncé l'octroi de 470 000 $ à l'Alliance des radios communautaires du Canada pour les deux prochaines années (235 000 $ par année).
39 Réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, 28 février 2002.
40 *Ibid.*
41 Réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, 19 mars 2002.
42 Avis public CRTC 1994-32.
43 Le « périmètre de rayonnement officiel » signifie, dans le cas d'une station de télévision autorisée ou d'une station AM ou FM autorisée, la démarcation de la zone de rayonnement de service indiquée sur la carte la plus récente représentant cette station qui est publiée en vertu de la *Loi sur le ministère de l'Industrie* par le ministre de l'Industrie. (Avis public CRTC 1997-84.)
44 Avis public CRTC 1999-97.
45 En effet, les attentes envers les radiodiffuseurs conventionnels pour ce qui est de la programmation locale sont très variables, par exemple, dans certains marchés, les radiodiffuseurs doivent présenter aussi peu que 1,5 heure de programmation locale originale par semaine (p. ex. CKNY-TV-11 Huntsville), alors que dans d'autres, ils doivent en diffuser 40 heures ou plus (p. ex. CHAN Vancouver).
46 Pendant cette période, la diminution du nombre de stations AM est essentiellement due au passage à la bande FM dans le but de profiter de la meilleure qualité du signal et de maximiser les revenus. Le module 5 traite de cette question dans la partie concernant l'attribution des licences.
47 Avis public CRTC 1998-41.
48 Avis public CRTC 1993-38.
49 Avis public CRTC 1998-41.
50 *Ibid.*
51 Avis public CRTC 1999-97.
52 Arthur Simmons, représentant national du Syndicat canadien des communications, de l'énergie et du papier. Réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, 25 février 2002.
53 Lettre au Comité permanent du patrimoine canadien, 26 octobre 2001.
54 Réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, 7 mai 2002.
55 Des inquiétudes concernant la propriété ont également été soulevées relativement à la prise de contrôle des journaux Southam par CanWest-Global et celle du journal *Globe and Mail* par BCE. La principale préoccupation à cet égard, à savoir la question de l'indépendance éditoriale, est traitée au chapitre 11.
56 Réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, 14 mars 2002.
57 Réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, 1er mars 2002.
58 Réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, 19 mars 2002.
59 Réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, 8 novembre 2001.
60 Réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, 29 janvier 2002.
61 Avis public CRTC 1997-84.
62 Avis public CRTC 1999-205.

63 Arnold Amber, directeur de la Guilde des employés de journaux du Canada. Réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, 27 février 2002.
64 Réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, 27 février 2002.
65 *Ibid.*
66 *Ibid.*
67 Réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, 1er mai 2002.
68 *Ibid.*
69 Réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, 28 février 2002.
70 Réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, 30 avril 2002.
71 Réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, 29 novembre 2001.
72 Réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, 30 avril 2002.
73 *Ibid.*
74 Connie Edwards, présidente, Association de l'industrie du film de l'Alberta. Réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, 27 février 2002.
75 Saskatchewan Communications Network, Mémoire, p. 3.
76 *Ibid.*, p. 6.
77 Caucus canadien de la vidéo et du cinéma indépendants, Mémoire, p. 7.
78 Le mémoire du SCN, intitulé *Voices in the Wilderness*, a été présenté au CRTC en 1998. À l'époque, SCN a demandé au CRTC de donner suite à ses recommandations. On peut supposer que celles-ci sont aujourd'hui présentées au Parlement par l'entremise du Comité permanent du patrimoine canadien.
79 Saskatchewan Communications Network, p. 17.
80 Réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, 27 février 2002.
81 Connie Edwards, Réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, 27 février 2002.
82 Réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, 1er mai 2002.
83 Réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, 21 mars 2002.
84 Avis public CRTC 2002-61.
85 *Ibid.*
86 *Ibid.*
87 Keith Fagan et associés, *Satellite Broadcast Information*, document préparé à l'intention du Comité permanent du patrimoine canadien.

ÉTAT DU SYSTÈME

Chapitre 10

Radiodiffusion autochtone et du Nord

A. Contexte

Les origines de la radiodiffusion dans le Nord remontent à la Seconde Guerre mondiale, lorsque des membres des forces armées canadiennes et américaines y ont établi de petites stations de radio. À partir de 1950, le réseau radiophonique de langue anglaise de la SRC a fourni à ces petites stations des émissions enregistrées. En 1958, le Parlement a accepté une proposition officielle de la Société Radio-Canada visant à créer un Service du Nord, et il a affecté des fonds à cette fin. Par ailleurs, le CRTC a accordé des licences à des stations de radio communautaire dans le Nord en 1970 et à un réseau radiophonique du Nord en 1981.

En 1985, 250 stations de radio communautaire desservaient le Nord. Beaucoup d'entre elles étaient administrées par des sociétés de communication autochtones locales. Dès le départ, de nombreux citoyens du Nord avaient de graves préoccupations à propos de l'accessibilité et du contenu des services offerts parce que la plupart des émissions étaient surtout en anglais et ne reflétaient pas nécessairement la population autochtone et ses modes de vie. Pour ces raisons, le CRTC a mis sur pied, en 1979, le Comité sur l'extension du service aux petites localités éloignées et à celles du Nord, qui a fini par recommander au gouvernement fédéral d'affecter des fonds au développement de réseaux de radiodiffusion autochtones afin de remplir l'obligation du Canada de donner aux Autochtones la possibilité de préserver leur langue et leur culture.

En 1981, le Conseil a attribué une licence d'exploitation à un réseau de télévision devant desservir les collectivités du Nord; CANCOM, un nouveau service de distribution par satellite ayant obtenu sa licence cette même année, devait s'occuper de la distribution de la programmation du réseau. Deux ans plus tard, le gouvernement fédéral a instauré une politique en matière de radiodiffusion dans le Nord et mis sur pied le Programme d'accès des Autochtones du Nord à la radiotélédiffusion (PAANR) afin de financer la production d'émissions autochtones. Le PAANR devait faire en sorte que les radiodiffuseurs autochtones aient un

accès équitable à une quantité raisonnable d'heures de diffusion de qualité et que les radiodiffuseurs autochtones du Nord aient un meilleur accès au système canadien de radiodiffusion, tant sur le plan de la qualité que de la quantité. À cette fin, il a offert une aide financière à 13 régions du Nord canadien et à leurs sociétés de communication autochtones à condition qu'elles aient conclu des ententes de distribution avec les radiodiffuseurs en place, notamment la SRC.

Programme d'accès des Autochtones du Nord à la radiotélédiffusion

Le PAANR appuie financièrement des sociétés autochtones de communication radiophonique et télévisuelle s'adressant à des auditoires autochtones du Yukon, des Territoires du Nord-Ouest, du Nunavut et des régions nordiques de Terre-Neuve, du Québec, de l'Ontario, du Manitoba, de la Saskatchewan, de l'Alberta et de la ColombieBritannique.

Il vise à financer et à appuyer la production et la distribution d'émissions de radio et de télévision en langues autochtones qui reflètent la culture, les enjeux communautaires et les préoccupations des Autochtones ainsi que les affaires courantes qui les concernent. Les sociétés de communication desservent environ 400 collectivités dans les trois territoires et le nord de sept provinces.

L'appui financier couvre une vaste gamme de dépenses, notamment les salaires et les avantages sociaux, la location de services de liaison montante, les coûts de production et les sondages auprès des auditoires. L'aide financière à la distribution est accordée en priorité aux régions non desservies.

Treize sociétés de communication sans but lucratif desservent les collectivités autochtones dans les régions du Nord du Canada. Le financement est accordé aux sociétés autochtones de communication à but non lucratif qui sont légalement constituées, qui sont contrôlées de façon démocratique par les gens de la région qu'elles desservent et qui n'ont aucun objectif politique ou religieux. Administré par le ministère du Patrimoine canadien, le PAANR dispose d'un budget annuel de 9 millions de dollars.

accès équitable à une quantité raisonnable d'heures de diffusion de qualité et que les radiodiffuseurs autochtones du Nord aient un meilleur accès au système canadien de radiodiffusion, tant sur le plan de la qualité que de la quantité. À cette fin, il a offert une aide financière à 13 régions du Nord canadien et à leurs sociétés de communication autochtones à condition qu'elles aient conclu des ententes de distribution avec les radiodiffuseurs en place, notamment la SRC.

Programme d'accès des Autochtones du Nord à la radiotélédiffusion

Le PAANR appuie financièrement des sociétés autochtones de communication radiophonique et télévisuelle s'adressant à des auditoires autochtones du Yukon, des Territoires du Nord-Ouest, du Nunavut et des régions nordiques de Terre-Neuve, du Québec, de l'Ontario, du Manitoba, de la Saskatchewan, de l'Alberta et de la ColombieBritannique.

Il vise à financer et à appuyer la production et la distribution d'émissions de radio et de télévision en langues autochtones qui reflètent la culture, les enjeux communautaires et les préoccupations des Autochtones ainsi que les affaires courantes qui les concernent. Les sociétés de communication desservent environ 400 collectivités dans les trois territoires et le nord de sept provinces.

L'appui financier couvre une vaste gamme de dépenses, notamment les salaires et les avantages sociaux, la location de services de liaison montante, les coûts de production et les sondages auprès des auditoires. L'aide financière à la distribution est accordée en priorité aux régions non desservies.

Treize sociétés de communication sans but lucratif desservent les collectivités autochtones dans les régions du Nord du Canada. Le financement est accordé aux sociétés autochtones de communication à but non lucratif qui sont légalement constituées, qui sont contrôlées de façon démocratique par les gens de la région qu'elles desservent et qui n'ont aucun objectif politique ou religieux. Administré par le ministère du Patrimoine canadien, le PAANR dispose d'un budget annuel de 9 millions de dollars.

Six sociétés de communication autochtones ont choisi de s'occuper de programmation radiophonique, tandis que sept ont décidé de se consacrer à la production télévisuelle; elles produisent environ 10 heures de contenu par semaine. Des problèmes persistants relatifs à la distribution de la programmation ont amené le CRTC à publier une politique sur la radiodiffusion autochtone qui s'applique à l'ensemble du Canada plutôt qu'à la seule région du Nord. Les problèmes liés au financement restaient toutefois entiers.

Ce n'est que lors de la création de Television Northern Canada Incorporated (TVNC), en 1991, qu'on a véritablement pu parler d'un réseau autochtone, exploité par des Autochtones pour les Autochtones, le premier en son genre au monde. TVNC met l'accent sur les émissions de nature culturelle, sociale, politique et éducative qui intéressent les Autochtones résidant au nord du 55e degré de latitude.

C'est aussi en 1991 que l'article 3 de la *Loi sur la radiodiffusion* a été modifié de manière à préciser que : « le système canadien de radiodiffusion devrait [...] refléter [...] la place particulière qu'occupent les peuples autochtones [dans la société canadienne]. » De plus, « le système canadien de radiodiffusion devrait offrir une programmation qui reflète les cultures autochtones du Canada, au fur et à mesure de la disponibilité des moyens. »

Afin de donner suite à ces deux objectifs de la politique, le CRTC a confirmé en 1998 qu'un service national autochtone « devrait être offert partout au Canada afin de répondre aux nombreux besoins des diverses collectivités autochtones ainsi qu'à ceux des autres Canadiens.[2] » Peu après, TVNC a obtenu une licence l'autorisant à exploiter l'Aboriginal Peoples Television Network (APTN)[3].

En plus du service national APTN, il existe 10 stations sources et 95 stations réémettrices de télévision autochtones. Le CRTC a également autorisé deux réseaux de télévision autochtones (Native Communications Inc. et Wawatay Native Communications Society).

Quant à la radio autochtone, il y avait, en 2001, 37 stations de radio autorisées (type B) exploitées dans des marchés où se trouvait au moins une autre station de radio AM ou FM commerciale autorisée. Le nombre de stations de radio autochtones diffusant sa programmation dans des marchés où aucune autre station de radio (type A) n'est exploitée est

inconnu étant donné que, depuis 1998, ces stations ne sont pas tenues d'être titulaires d'une licence de radiodiffusion du CRTC.

En 1986, le rapport du Groupe de travail Caplan-Sauvageau rappelait aux Canadiens ce qui suit :

> Le statut des premiers habitants du Canada confère aux Autochtones des droits spécifiques. Ces droits, enchâssés dans la Constitution canadienne découlent de lois, coutumes et traités. Les droits des Autochtones ne font l'objet d'aucune définition exhaustive, mais ils comportent assurément la protection et la mise en valeur des langues et des cultures autochtones[1].

Le Comité croit que cette perspective est aussi pertinente aujourd'hui.

B. Ce que les témoins ont dit

À Halifax, M. Gary Farmer (représentant l'Aboriginal Voices Radio Inc.) a déclaré ce qui suit au Comité :

> Le système de radiodiffusion autochtone canadien devrait pouvoir offrir à tous les Canadiens, dans toutes les régions du pays, autant dans les régions rurales que dans les villes, et qu'ils soient anglophones ou francophones, le reflet du Canada autochtone[2].

Il estimait en outre que les politiques et les lois en matière de radiodiffusion devraient affirmer « la priorité à accorder à l'élaboration et au maintien d'un système de radiodiffusion contrôlé par les Autochtones à l'échelle du pays[3] », et que « la radiodiffusion autochtone canadienne [devait être] reconnue comme étant une pierre angulaire de la programmation canadienne à l'intérieur du système canadien de radiodiffusion[4] ».

Le Comité a entendu les témoignages d'entreprises de radiodiffusion et de programmation autochtones et du Nord à Winnipeg, à Halifax et à Ottawa. Le chapitre 7 examine l'importance de l'Aboriginal Peoples Television Network (APTN) et les défis qu'il doit relever dans le milieu fragmenté de la radiodiffusion moderne. Cette section traite de questions d'ordre général soulevées par les témoins en ce qui a trait à l'absence d'appui pour les entreprises de radiodiffusion non affiliées à l'APTN qui desservent les collectivités autochtones ou du Nord.

Les difficultés que doivent surmonter les entreprises de radiodiffusion autochtones et du Nord sont simples : argent, matériel, déplacement, formation et financement prévisible (stable). Dans son témoignage, M. Paul Quassa, producteur principal de l'Inuit Broadcasting Corporation, a bien exprimé le sentiment de frustration de nombreux témoins :

> Je suis fier de ce que nous faisons à IBC. Je suis fier des gens qui travaillent pour IBC et viennent à bout des difficultés qui se présentent jour après jour dans la production de leurs émissions. Notre équipement est vétuste et tombe souvent en panne. Il faut souvent l'expédier dans des villes du sud pour qu'on le répare, et parfois il faut attendre des mois avant de le ravoir. Une grande partie de notre équipement ne peut même plus être réparée parce qu'on ne fabrique plus de pièces. L'équipement que nous utilisons est soumis à des conditions climatiques extrêmes. Nous travaillons dans des immeubles qui n'ont pas été conçus comme installations de télévision. Malgré notre débrouillardise, il y a des limites à ce qu'on peut faire pour transformer une ancienne salle de billard électrique en un studio de télévision.
>
> Nos coûts de déplacement sont les plus élevés au pays. Au Nunavut, nous avons 26 communautés que nous devons représenter dans nos émissions, mais chaque année nous ne pouvons nous rendre que dans quelques-unes d'entre elles et habituellement pour une très brève période seulement.
>
> Nous n'avons qu'un accès limité à la formation. Il n'y a pas d'installations de formation en radiodiffusion ni d'école de journalisme au Nunavut. Il n'y a pas d'atelier de formation dans notre milieu de travail à moins que nous en organisions nous-mêmes et payions tous les frais inhérents.
>
> Le personnel d'IBC touche généralement une rémunération moindre que ce qu'on reçoit normalement dans cette industrie dans le reste du pays, et nous vivons dans une région où tout coûte deux fois plus cher qu'ailleurs. Nous ne bénéficions pas des avantages sociaux qu'offrent de grands employeurs au Nunavut, comme le logement, les régimes de pension, les allocations de congé annuel, et tout le reste. Nous n'avons jamais de certitude en ce qui a trait à notre financement. Nous sommes restreints dans nos capacités de planifier et n'avons pas de véritable sécurité d'emploi[5].

Les témoins ont mentionné d'autres obstacles, notamment la diversité linguistique et les problèmes d'entreposage des archives.

Mme Shirley Adamson, directrice générale de Northern Native Broadcasting, au Yukon, a fait ressortir la nature culturelle et éducative de la radiodiffusion autochtone :

> Les Premières nations du Yukon, qui sont de tradition orale, ont rapidement adopté ces médias. Chaque jour, nous offrons des émissions originales qui permettent aux gens de chez nous de se divertir, d'apprendre, d'être inspirés par les talents et les histoires de leurs concitoyens. La couverture indépendante que nous assurons des affaires courantes et des actualités permet à tous les habitants du Yukon de se forger une opinion éclairée des questions de notre époque dans une perspective autochtone.
>
> Nous possédons d'imposantes archives audio et vidéo qui préservent la trace de la fin d'une époque de l'histoire de notre peuple ainsi que l'émergence d'une nouvelle forme contemporaine de culture autochtone qui fusionne notre patrimoine et le rôle actif que nous jouons au Yukon et dans la société canadienne.
>
> Des huit dialectes parlés au Yukon, au moins cinq sont constamment utilisés dans nos émissions. L'immersion soutient l'enseignement de nos langues et de nos cultures dans nos foyers et nos écoles[1].

M. Ramond Menarick, président de la Société des communications cries de la Baie James, a également parlé des éléments pédagogiques et culturels de la radiodiffusion autochtone et du Nord :

> Nos aînés nous ont appris que notre langue est le fondement de notre culture et si nous voulons la garder, nous ne pouvons la tenir pour acquis, il faut l'utiliser constamment. Pour ce faire, nous devons utiliser l'influence de la radio. Parmi les nombreuses choses que nous avons prises de la culture non autochtone, la radio est l'une des plus importante[2].

Dans le Nord, les entreprises de radiodiffusion indépendantes et sans but lucratif ne sont pas rares. À bien des égards, ces entreprises (notamment la Société de communication Atikamekw-Montagnais (SOCAM)) ressemblent à certains réseaux de radio communautaire (comme le Réseau francophone d'Amérique) qui a comparu devant le Comité. Nous constatons encore ici à quel point les lignes de démarcation entre les émissions locales, régionales, communautaires peuvent être floues.

Par ailleurs, le Comité a appris que les sociétés de communication autochtones et du Nord doivent souvent tenter de répondre à une vaste gamme de besoins de communication. Par exemple, le directeur général de la SOCAM, M. Bernard Hervieux, a déclaré au Comité :

> Ainsi, la SOCAM entend favoriser les communications entre les différentes communautés représentées au moyen des journaux, des magazines, des émissions de radio et de télévision, des films et, de façon générale, de toute manière écrite, parlée ou visuelle; diffuser en direct des émissions d'information sur les questions autochtones dans les domaines de la culture, de l'économie et de la vie communautaire dans la langue de chacune des deux nations; faire participer les radios communautaires membres aux différents niveaux de la vie organisationnelle de l'entreprise; donner aux stations locales le soutien technique et la formation nécessaires à la bonne retransmission des émissions en réseau; initier des projets visant l'amélioration des communications et des rapports entre les peuples autochtones, entre les deux nations et entre les communautés membres par l'utilisation des nouvelles technologies de l'information et des communications; opérer un réseau de radiodiffusion à l'intention des 14 stations locales membres; établir des rapports de collaboration et de complémentarité avec les radios communautaires locales; organiser une programmation adéquate adaptée aux réalités et à la culture atikamekw et innues; informer les populations locales sur les grands événements d'actualité les touchant particulièrement; mettre à la disposition des radios locales et de leurs ressources humaines des équipements adéquats, des outils et des techniques de communication convenables; mettre sur pied des programmes de formation; donner un service de traduction et d'interprétation; développer un centre de production télévisuelle; développer l'accès communautaire par Internet aux nouvelles technologies de l'information et des communications par l'instauration de centres d'accès de multimédias pour les collectivités — et je pourrais nommer peut-être 23 ou 24 communautés au Québec —; implanter des services et des infrastructures de communication pour soutenir les volets de la santé, de l'apprentissage et de l'accès communautaire[1].

De plus, ces responsabilités sont souvent plus lourdes du fait de l'isolement géographique. Par exemple, la directrice régionale de la SRC, Mme Cathie Bolstad, a mentionné au Comité le problème de la non-distribution par satellite des services de la SRC, problème qui s'est aggravé depuis que les entreprises de câblodistribution ont déserté les régions éloignées. Elle a précisé que 39 % des foyers ayant un téléviseur dans le Nord sont abonnés

à StarChoice ou à ExpressVu et ne reçoivent donc pas les services de télévision du Nord de la SRC.

Mme Elizabeth Sabet-Biscaye, directrice exécutive de la Native Communications Society of the Western N.W.T., parle elle aussi des besoins et des difficultés des siens :

> Traditionnellement, nous sommes des raconteurs. La radio, la télévision et dans certains cas les journaux nous donnent le moyen de le faire de façon efficace, dans bien des cas dans notre propre langue. Malheureusement, étant donné que les fonds et les autres ressources sont limités, nous avons constamment de la difficulté à maintenir ce service qui est tout à fait essentiel. Les problèmes se situent au niveau du manque de matériel, ou du matériel désuet, du défi que représentent les diverses langues et les divers niveaux d'acquisition du langage[12].

Fait intéressant, les radiodiffuseurs autochtones et du Nord du Canada voient aussi des similitudes entre leur lutte culturelle et celle que doit mener le Canada sur la scène internationale. Ainsi que l'expliquait Mme Shirley Adamson :

> Le changement est une constante chez les Premières nations. Nous sommes presque submergés par les cultures et les langues des autres. Nous luttons tous les jours pour maintenir notre identité. Pour cette raison, nous comprenons le désir du Canada de chercher des moyens de préserver, d'enrichir et de renforcer ce qu'il considère être sa culture. Nous savons aussi que celle-ci ne peut être complète sans l'apport des langues et des cultures des Premières nations[13].

En bref, les radiodiffuseurs autochtones et du Nord de toutes les régions du Canada ont demandé au gouvernement un appui plus direct. Ils ont expliqué que cet appui est essentiel à leur survie. En fait, comme le mentionnait Mme Catherine Ann Martin de l'APTN, la radiodiffusion est un médium qui nous aide à nous assurer qu'à l'avenir, et sept générations plus tard, nous aurons quelque chose qui nous vient de notre peuple aujourd'hui[14].

C. Solutions proposées

Le Comité croit fermement que le libellé actuel de l'alinéa 3.(1)*o*) de la *Loi sur la radiodiffusion*, qui dispose que « le système canadien de radiodiffusion devrait offrir une programmation qui reflète les cultures autochtones du Canada, au fur et à mesure de la disponibilité des moyens », est discriminatoire. La précision « au fur et à mesure de la disponibilité des moyens » donne l'impression que la programmation qui reflète les cultures autochtones du Canada a une moindre importance, ce qui affaiblit le sous-alinéa 3.(1)*d*)(iii) de la *Loi* qui porte que le système canadien de radiodiffusion devrait refléter la place particulière qu'occupent les peuples autochtones dans la société canadienne.

Tel qu'il est mentionné ci-dessus, les radiodiffuseurs autochtones et du Nord ont signalé des problèmes particuliers concernant les coûts de remplacement, les mises à niveau de l'infrastructure, l'aide à la programmation, la formation, l'accès et la préservation. **Le Comité craint toutefois que la situation ne soit encore pire que la description qu'en ont fait les témoins. Par exemple, 11 des 96 installations communautaires ont disparu des ondes et le coût actuel de l'entretien et du remplacement de l'équipement est d'environ un million de dollars de plus par année que les fonds offerts par le gouvernement fédéral[7]. Très préoccupé par cette situation, le Comité croit qu'il faut de toute urgence y apporter une solution.**

Il reconnaît que les radiodiffuseurs autochtones et du Nord apportent une contribution unique à la culture canadienne. Il croit en outre que l'engagement de ces radiodiffuseurs envers la préservation et la mise en valeur des cultures, des langues et des peuples autochtones du Canada devrait être reconnu. Compte tenu de ce qui précède, le Comité présente les recommandations ci-après[8] :

Politique non discriminatoire

RECOMMANDATION 10.1 :

Le Comité recommande de supprimer à l'alinéa 3.(1)*o*) de la *Loi sur la radiodiffusion* la précision « au fur et à mesure de la disponibilité des moyens » afin que la disposition se lise comme suit : « le système canadien de radiodiffusion devrait offrir une programmation qui reflète les cultures autochtones du Canada ».

C. Solutions proposées

Le Comité croit fermement que le libellé actuel de l'alinéa 3 (1) e) de la *Loi sur la radiodiffusion*, qui dispose que « le système canadien de radiodiffusion devrait offrir une programmation qui reflète les cultures autochtones du Canada au fur et à mesure de la disponibilité des moyens » est discriminatoire. La précision « au fur et à mesure de la disponibilité des moyens » donne l'impression que la programmation qui reflète les cultures autochtones du Canada a une moindre importance, ce qui affaiblit le sous-alinéa 3 (1) *d*) (iii) de la *Loi* qui porte que le système canadien de radiodiffusion devrait refléter la place particulière qu'occupent les peuples autochtones dans la société canadienne.

Tel qu'il est mentionné ci-dessus, les radiodiffuseurs autochtones et du Nord ont signalé des problèmes particuliers concernant les coûts de remplacement, les mises à niveau de l'infrastructure, l'aide à la programmation, la formation, l'accès et la préservation. **Le Comité craint toutefois que la situation ne soit encore pire que la description qu'en ont fait les témoins. Par exemple, 11 des 96 installations communautaires ont disparu des ondes et le coût actuel de l'entretien et du remplacement de l'équipement est d'environ un million de dollars de plus par année que les fonds offerts par le gouvernement fédéral. Très préoccupé par cette situation, le Comité croit qu'il faut de toute urgence y apporter une solution.**

Il reconnaît que les radiodiffuseurs autochtones et du Nord apportent une contribution unique à la culture canadienne. Il croit en outre que l'engagement de ces radiodiffuseurs envers la préservation et la mise en valeur des cultures, des langues et des peuples autochtones du Canada devrait être reconnu. Compte tenu de ce qui précède, le Comité présente les recommandations qui suivent.

Politique non discriminatoire

RECOMMANDATION 10.1

Le Comité recommande de supprimer à l'alinéa 3 (1) e) de la *Loi sur la radiodiffusion* la précision « au fur et à mesure de la disponibilité des moyens » afin que la disposition se lise comme suit : « le système canadien de radiodiffusion devrait offrir une programmation qui reflète les cultures autochtones du Canada ».

Dépenses en immobilisations

RECOMMANDATION 10.2 :

Le Comité recommande que le ministère compétent établisse un fonds visant à aider les radiodiffuseurs autochtones et du Nord à assumer les coûts de remplacement des biens d'équipement.

Financement

RECOMMANDATION 10.3 :

Le Comité recommande que le Programme d'accès des Autochtones du Nord à la radiotélédiffusion soit maintenu, et son financement augmenté en fonction de l'inflation.

RECOMMANDATION 10.4 :

Le Comité recommande que les fonds affectés à la distribution de la programmation du Nord (c.-à-d. le Programme d'aide à la distribution dans le Nord) soient suffisants pour assumer correctement les coûts liés à la distribution.

Formation

RECOMMANDATION 10.5 :

Le Comité recommande que les ministères concernés, en collaboration avec les radiodiffuseurs publics et privés, élaborent un programme de formation à l'intention des radiodiffuseurs autochtones et du Nord.

Évaluation

RECOMMANDATION 10.6 :

Le Comité recommande que le Programme d'accès des Autochtones du Nord à la radiotélédiffusion, le Programme

d'aide à la distribution et les mesures de soutien connexes fassent l'objet d'une évaluation deux ans après le renouvellement du financement.

Distribution

RECOMMANDATION 10.7 :

Le Comité recommande que le CRTC exige des entreprises de service de radiodiffusion directe par satellite qu'elles distribuent les services de télévision du Nord de la SRC dans les régions du Nord du Canada.

Notes en fin de chapitre

1 *La radiotélédiffusion autochtone dans le Nord — Accès amélioré des radiodiffuseurs autochtones*, communiqué du CRTC, 19 décembre 1985.
2 Avis public CRTC 1998-8.
3 Pour en savoir plus sur l'APTN, voir le chapitre 7.
4 Rapport du Groupe de travail sur la politique de la radiodiffusion (Caplan-Sauvageau), ministre des Approvisionnements et Services, Ottawa, 1986, p. 557.
5 Séance du Comité permanent du patrimoine canadien, 30 avril 2002.
6 *Ibid.*
7 *Ibid.*
8 Séance du Comité permanent du patrimoine canadien, 27 novembre 2002.
9 *Ibid.*
10 *Ibid.*
11 *Ibid.*
12 *Ibid.*
13 *Ibid.*
14 *Ibid.*
15 Données fournies par le ministère du Patrimoine canadien.
16 Nota : Des recommandations précises concernant l'APTN sont présentées au chapitre 7. Les recommandations concernant l'entreposage et la préservation des archives sont énoncées au chapitre 12; celles qui portent sur les enveloppes budgétaires des programmes autochtones du Fonds canadien de télévision et de Téléfilm Canada se trouvent au chapitre 7.

Partie 3

MAINTIEN D'UN SYSTÈME UNIQUE

Chapitre 11: La propriété

Chapitre 12 : La transition au mode numérique

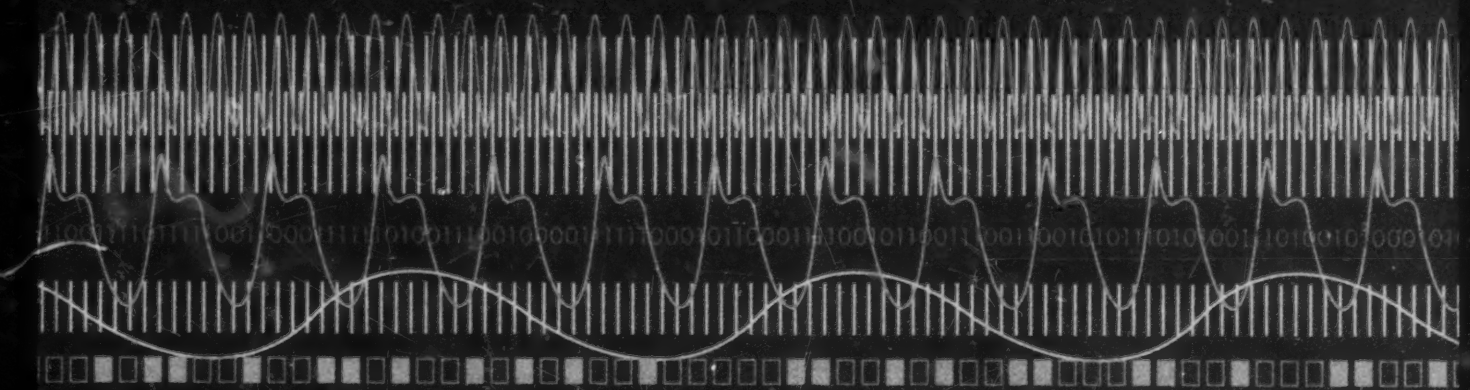
Chapitre 13 : Droit d'auteur

Chapitre 14 : Internet

Chapitre 15 : Accès

Chapitre 16 : La télévision par satellite au Canada, marché noir et gris

Chapitre 17 : Mondialisation et diversité culturelle



MAINTIEN D'UN SYSTÈME UNIQUE

Chapitre 11

La propriété

Les problèmes et les débats entourant la propriété ont tendance à être axés sur des questions fondamentales relatives aux valeurs. Qu'est-ce qui constitue une combinaison acceptable de propriété publique et privée au sein du système? De quels droits jouissent les propriétaires des entreprises de radiodiffusion privées? Quelles obligations se rattachent à ces droits?

Dans le présent chapitre, nous nous penchons sur ces questions fondamentales. Nous examinons d'abord le contexte des préoccupations relatives à la propriété au Canada, les règles actuelles et les différents types de propriété des médias au Canada, notamment l'intégration horizontale, l'intégration verticale et la propriété croisée. Nous traitons ensuite de la diversité et de la propriété. Enfin, nous abordons la question des avantages et des inconvénients de la propriété étrangère au sein du système canadien de radiodiffusion. S'il y a lieu, les témoignages et les solutions proposées au Comité sont présentés[1].

A. Règles actuelles en matière de propriété s'appliquant aux radiodiffuseurs et aux distributeurs canadiens

Les principes de propriété et de contrôle canadiens ont toujours été importants pour nos industries culturelles. La *Loi sur la radiodiffusion* de 1968 instaurait une politique selon laquelle le système canadien de radiodiffusion devait être la propriété des Canadiens et sous leur contrôle. Cette politique avait pour but de « sauvegarder, enrichir et raffermir la structure culturelle, politique, sociale et économique du Canada ». À cette fin, le sous alinéa 22(1)*a*)(iii) de la *Loi sur la radiodiffusion* (1968) établissait ce qui suit :

> Aucune licence de radiodiffusion ne doit être attribuée, modifiée ou renouvelée [...] a) en contravention d'instructions données au Conseil par le gouverneur en conseil sous l'autorité de la présente loi concernant ...
>
> (iii) les classes de requérants auxquels des licences de radiodiffusion ne peuvent être attribuées ou auxquels des modifications ou des

> renouvellements de ces licences ne peuvent être accordés, et une telle classe peut, nonobstant l'article 2, être restreinte de façon à ne pas rendre impossible la modification ou le renouvellement d'une licence de radiodiffusion qui est valide au moment de l'entrée en vigueur de la présente loi.

Pour mettre ce principe en application, le gouvernement a rendu le décret C.P. 1968-1809 le 20 septembre 1968, dans lequel il ordonne au CRTC de réduire la propriété étrangère autorisée. Ces instructions ramenaient la propriété étrangère autorisée en matière de radiodiffusion canadienne à 20 % des actions avec droit de vote. Elles exigeaient en outre que tous les membres du conseil d'administration d'une entreprise soient citoyens canadiens, et imposaient des restrictions de l'ordre de 60 % à la propriété étrangère de tout investissement dans une entreprise autorisée, y compris les capitaux empruntés et les bénéfices non répartis. Les sociétés de portefeuille ne pouvaient avoir de participation dans d'autres sociétés de portefeuille.

De nouvelles instructions (décret C.P. 1969-630), publiées le 27 mars 1969, autorisaient un niveau supplémentaire de sociétés de portefeuille et élargissaient la définition de l'expression « citoyen canadien » de manière qu'elle englobe les sociétés personnelles appartenant entièrement à des citoyens canadiens. Les instructions intégraient également la câblodistribution aux exigences en matière de propriété étrangère et aux dispositions interdisant la participation d'un gouvernement étranger.

En 1970, le Comité spécial du Sénat sur les médias, présidé par le sénateur Keith Davey, soulevait des préoccupations relatives à l'augmentation de la propriété croisée des médias canadiens et à l'appropriation des médias par des conglomérats non médiatiques. Le fait que d'importantes entités médiatiques du système canadien ne consacraient pas suffisamment de ressources à l'atteinte des objectifs de la politique publique, notamment les émissions de télévision canadiennes, était également une source de préoccupation. Le Comité Davey n'a toutefois pas proposé d'imposer des restrictions à la propriété croisée et à la concentration des médias; il a plutôt recommandé la modification de la *Loi sur la radiodiffusion* de manière à reconnaître qu'il faut protéger l'intérêt public de la concentration excessive des médias.

En 1978, la Commission royale d'enquête sur les groupements de sociétés, présidée par M. Robert B. Bryce, examinait aussi la concentration des médias et la propriété croisée, mais le faisait dans le cadre d'une vaste

étude sur les incidences de la concentration de la propriété dans tous les secteurs. Le rapport arrivait à la conclusion qu'un groupe de propriété pourrait éventuellement profiter de sa position dominante, mais qu'il « n'y a aucun instrument pratique de législation ou de réglementation qui puisse résoudre le problème[3]. » Le rapport signalait également que « le CRTC est habilité à contrôler la propriété des entreprises de radiodiffusion, mais il est clair que ses décisions s'inspirent de bien d'autres considérations[3] ». Les auteurs du rapport recommandaient donc que « le CRTC soit investi du pouvoir d'empêcher les propriétaires de stations de radio ou de télévision d'être également propriétaires de journaux ou autres publications qui circulent dans le même marché[4] ».

La Commission royale sur les quotidiens, que présidait M. Tom Kent et qui a déposé son rapport en 1981, n'avait pas le mandat d'examiner la radiodiffusion, mais elle s'est malgré tout penchée sur la propriété croisée de journaux et d'entreprises de radiodiffusion. Dans son rapport, la Commission arrivait à la conclusion que la propriété croisée était un sujet de préoccupation lorsque les médias visés par la propriété croisée sont exploités dans le même marché. La Commission était d'avis que, dans les cas où il y a une propriété croisée d'entreprises exploitées dans un même marché, les journaux ne devraient pas être autorisés à posséder une entreprise de câblodistribution, de radio ou de télévision si la moitié de la population pouvant recevoir les services de ces entreprises vit dans la région où le journal est diffusé.

En se fondant sur ces recommandations, le gouvernement a publié des instructions par voie de décret le 29 juillet 1982, précisant que le CRTC ne pouvait attribuer ou renouveler de licences aux requérants directement ou indirectement contrôlés par le propriétaire d'un quotidien « lorsque la zone principale de distribution de ce quotidien couvre substantiellement le marché principal desservi ou devant être desservi par l'entreprise de radiodiffusion, à moins que le Conseil soit convaincu qu'il serait contraire à l'intérêt public primordial de ne pas accorder une licence de radiodiffusion ou son renouvellement[5] ». Ces instructions ont été annulées en 1985 (décret 85-1735) lors d'un changement de gouvernement.

Le Groupe de travail sur la politique de la radiodiffusion, que présidaient MM. Gerald Caplan et Florian Sauvageau, mentionnait dans son rapport de 1986 que le Canada n'avait aucune politique concernant le seuil acceptable de concentration de propriété des médias et qu'il était temps de combler cette lacune. Depuis, le CRTC a modifié ses règlements sur la

radio et la télévision de manière à limiter la propriété ou le contrôle à « une seule station de télévision en direct, dans une langue, dans un marché donné » [1], de même qu'à trois ou quatre stations de radio (selon la taille du marché), dans une langue, dans un marché donné. De plus :

> Lorsqu'un producteur indépendant, seul ou avec d'autres associés, demande l'autorisation d'acheter des parts, ou encore réclame une licence pour une entreprise de télédiffusion, le Conseil s'attend que le ou les requérants abordent les problèmes liés à l'intégration verticale d'une société de production et de télédiffusion et proposent les mesures de protection appropriée[2].

Autrement dit, en ce qui a trait aux maisons de production indépendantes, le CRTC s'attend, lorsqu'il examine un projet de transaction, que le ou les requérants s'occuperont des questions découlant de toute intégration qui en découlerait et proposeront des garanties satisfaisantes.

En ce qui concerne la propriété étrangère, il est mentionné au chapitre 2 que la *Loi sur la radiodiffusion* de 1991 maintenait le principe selon lequel le système canadien de radiodiffusion est un système unique qui doit être, effectivement, la propriété des Canadiens et sous leur contrôle. Outre cette reconnaissance dans la *Loi*, la déclaration du gouvernement sur la politique de convergence de 1996 suggérait que les organismes de télécommunications et de radiodiffusion soient traités sur le même pied d'égalité. Au sujet de la concurrence, la déclaration appuyait une mise à jour des :

> [...] règles visant la propriété canadienne des radiodiffuseurs autorisés sous licence afin d'encourager l'investissement nécessaire pour accélérer la mise en œuvre des technologies de pointe et de multiplier les services à contenu canadien en harmonisant les règles qui s'appliquent à l'industrie de la radiodiffusion avec celles qui régissent l'industrie des télécommunications[3].

Cela dit, le gouvernement déclarait également que :

> [...] les règles sur la propriété canadienne s'appliquant aux domaines de la radiodiffusion et des télécommunications doivent être respectées. Bien que les exigences s'appliquant à la radiodiffusion aient été en grande partie harmonisées avec celles s'appliquant aux télécommunications, ce n'est pas la politique du gouvernement d'assurer [à l'avenir] l'harmonisation des règles sur la propriété dans les domaines de la radiodiffusion et des télécommunications[4].

Pour cette raison, la déclaration concluait que :

> Bien que les nouvelles technologies permettent aux entreprises de télécommunications et de radiodiffusion d'offrir des services semblables, la distinction entre les télécommunications, la radiodiffusion et leurs services demeure. Des objectifs de politique différents exigent des mécanismes réglementaires distincts[10].

Le 8 avril 1997, le gouverneur en conseil émettait des Instructions au CRTC (*inadmissibilité de non-Canadiens*) exigeant une participation et un contrôle canadiens de 80 % pour tous les titulaires de licences de radiodiffusion, et de 66,6 % pour les sociétés de portefeuille. Ces Instructions établissent également d'autres restrictions sur l'activité non canadienne afin de conserver un contrôle intérieur efficace de la radiodiffusion comme suit :

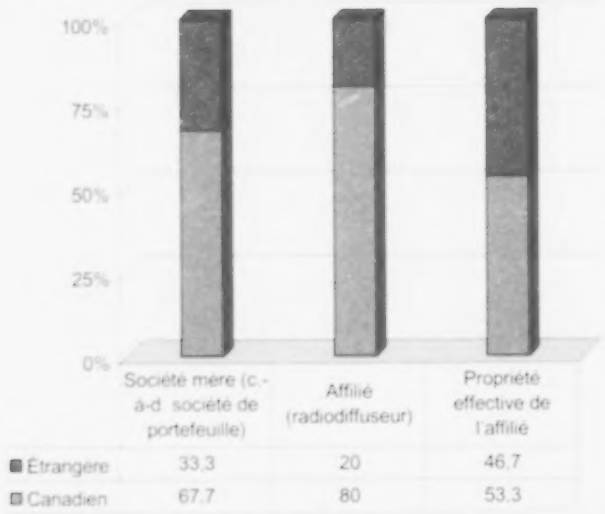
> Il est ordonné au Comité de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes de ne pas délivrer de licences de radiodiffusion ni d'accorder de modification ou de renouvellement de telles licences aux demandeurs qui sont des non-Canadiens.
>
> ... Dans les cas où le Comité de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes détermine que le demandeur est sous contrôle non canadien en raison de relations personnelles, financières, contractuelles ou d'affaires, ou de tout autre facteur utile à la détermination du contrôle, sauf la propriété effective et le contrôle, par une entreprise canadienne ou son acquéreur, des actions avec droit de vote d'un ayant droit qualifié, le demandeur est réputé être un non-Canadien.

La définition de Canadien est primordiale. Cela peut être simple pour les particuliers, mais compliqué pour les organismes[11]. Les actionnaires peuvent détenir une entreprise qui possède, elle-même, d'autres sociétés. L'entreprise qui détient, en tout ou en partie, une ou d'autres compagnies est une société de portefeuille. Par conséquent, les propriétaires de la société de portefeuille possèdent indirectement toute entreprise détenue par la société mère.

Quant à limiter la propriété et le contrôle étrangers, il faut porter attention tant à la propriété directe, qu'indirecte. Selon les *Instructions au CRTC* émises en 1997 par le gouvernement fédéral, les étrangers peuvent détenir directement jusqu'à 20 % d'un radiodiffuseur et jusqu'à 33,33 % d'une société de portefeuille qui possède un radiodiffuseur. En réalité,

cela permet à un non-Canadien de posséder jusqu'à 46,7 % d'un radiodiffuseur canadien. La figure 11.1 montre de quelle façon on calcule le tout.

Figure 11.1 Propriété étrangère maximum permise d'un radiodiffuseur canadien



(20 p.100 + (0.333 x 80)) = 46.7 p. 100
(0.667 x 80) = 53.3 p. 100

Pour les grandes sociétés qui comptent un nombre important d'actionnaires, un bloc d'actions avec droit de vote de moins de 50 % peut tout de même permettre le contrôle effectif d'une société. Pour surmonter cette possibilité, les Instructions définissent le contrôle comme suit :

> Société qui crée une maîtrise de fait, soit directe, par la propriété de valeurs mobilières, soit indirecte, notamment au moyen d'une fiducie, d'un accord, d'une entente ou de la propriété d'une personne morale.

Si un non-Canadien possède le contrôle effectif, par quelque moyen que ce soit, dans une société canadienne, celle-ci perd son statut de personne morale qualifiée. Sans ce statut, la société ne peut acquérir ni obtenir de licence de radiodiffusion au Canada.

Étonnamment, la nomenclature des règlements associés à la *Loi sur Investissement Canada* n'inclut pas la radiodiffusion; elle fait simplement allusion à un « type précis d'activité commerciale, désigné par règlement, et qui, de l'avis du gouverneur en conseil, est lié au patrimoine culturel du Canada ou à l'identité nationale ». Cette omission n'est toutefois pas très importante compte tenu de la propriété et du contrôle canadiens imposés dans la *Loi sur la radiodiffusion*[12].

La *Loi sur la concurrence* traite, elle aussi, dans un sens moins direct, des questions de propriété. Le Bureau de la concurrence indique les types de pratiques permises pour les sociétés sur le marché. Comme le faisait remarquer le commissaire de la concurrence lors de sa présentation devant le Comité le 22 mai 2002 :

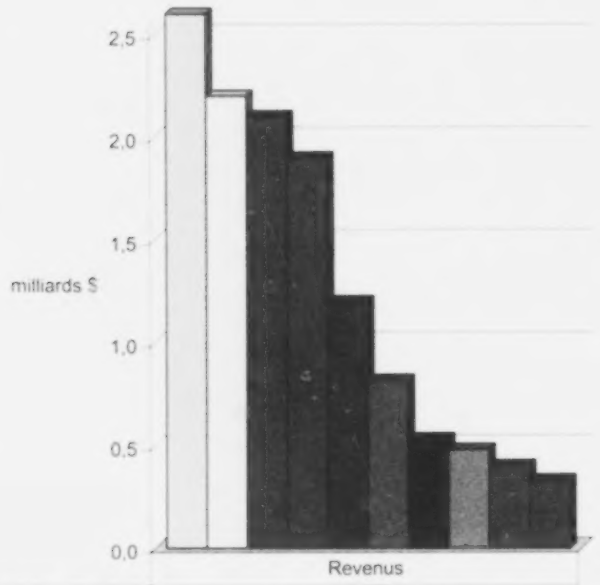
> La *Loi sur la concurrence* est une loi fédérale d'application générale à l'économie canadienne. La *Loi* régit, à quelques exceptions près, [toutes les relations d'affaires] au Canada et elle contient des dispositions criminelles et non criminelles.
>
> L'objectif ultime est de sauvegarder et de protéger le système concurrentiel au lieu de protéger [le] concurrent individuel. Le mandat du Bureau de la concurrence est explicite. Nous nous efforçons d'assurer que le Canada a un marché concurrentiel et que toutes les Canadiennes et tous les Canadiens profitent des avantages de prix concurrentiels, d'un choix de produits et de services de qualité[13].

B. Propriété des médias électroniques au Canada

La figure 11.2 présente les recettes des 10 plus importants groupes de médias (à l'exclusion des télécommunications) du Canada à l'heure actuelle. Comme le montre la figure, le total des recettes de ces groupes — même si elles ne sont pas uniformes — s'élève à plus de 12,5 milliards de dollars.

Il faut toutefois signaler que ces groupes ne sont pas importants en regard des plus grandes entreprises audiovisuelles du monde. Le Centre d'études sur les médias a mentionné ce qui suit dans un document préparé à l'intention du Comité :

Figure 11.2 Revenus des dix plus importants groupes de média du Canada, revenus de 2001 ou de 2002



Corus Ent. / Shaw	2,6
Rogers Comm.	2,2
CanWest Global	2,1
Quebecor	1,9
Bell Globemedia Inc.	1,2
Torstar	0,8
Cogeco	0,5
CHUM Limited	0,5
Astral Media	0,4
Power Corporation	0,3

Total : 12,6 milliards $

... aucun de ces acteurs canadiens ne figure au palmarès mondial des 50 premières entreprises audiovisuelles pour l'année 2001 tel qu'établi par l'Observatoire européen de l'audiovisuel. Ce classement est dominé par trois sociétés américaines : Time Warner dont les revenus en audiovisuel (cinéma, radio et télévision) ont atteint les 19,7 milliards de dollars US, Viacom avec des revenus de 19 milliards US et Walt Disney avec des revenus de 18,3 milliards de dollars US[1].

Comme on peut le constater, chacune des trois plus importantes entreprises médiatiques du monde ont obtenu des recettes qui dépassent largement le total des recettes des 10 principales entreprises du Canada. Toutefois, comme l'indique la citation suivante, la meilleure façon de décrire la propriété dans le domaine de la radiodiffusion canadienne est de la qualifier d'ensemble complexe et étroitement lié d'intervenants :

> On a observé [une tendance vers la consolidation et l'intégration verticale] au Canada. Par exemple, après avoir renforcé l'assise de son réseau national de stations de télévision, CanWest Global a acheté les actifs Internet et journalistiques de Hollinger Inc. [...] L'acquisition de la maison de production Fireworks en a par ailleurs fait une entreprise à intégration verticale. Au cours de la même période, les Entreprises Bell Canada inc. (BCE) ont acheté à la fois CTV Inc. et *The Globe and Mail*, les regroupant, avec son service Internet Sympatico, dans une nouvelle société de portefeuille, Bell Globemedia, qui possède aussi, avec sa partenaire COGECO, la société de télédiffusion d'expression française TQS. À plus petite échelle, Corus Entertainment, affiliée du groupe de câblodistribution Shaw, a pris le contrôle du producteur d'animation Nelvana. Au Canada français, Québécor a fait l'acquisition du géant québécois de la câblodistribution, Vidéotron, qui contrôle le réseau de télévision TVA, deux maisons de production (TVA International et JPL Productions) et une douzaine de chaînes de télévision spécialisée. [...] Par suite de ces fusions et acquisitions, il y a maintenant un petit groupe de puissants géants des médias au Canada[1].

La manifestation particulière de cette inquiétude souligne trois types de problèmes différents en matière de propriété au Canada : l'intégration horizontale, l'intégration verticale et la propriété croisée.

Il y a intégration horizontale lorsqu'une firme prend le contrôle d'une entreprise similaire (p. ex. un télédiffuseur qui achèterait d'autres télédiffuseurs ou qui augmenterait sa part de marché parmi les télédiffuseurs). Il y a intégration verticale lorsqu'une firme d'une industrie donnée fait l'acquisition d'entreprises qui évoluent à des stades différents au sein de la même industrie (comme un télédiffuseur qui achèterait une maison de production qui fait des émissions de télévision). Il y a propriété croisée de médias lorsqu'une firme d'une industrie donnée fait l'acquisition d'une entreprise d'une autre industrie (p. ex. un télédiffuseur qui achèterait un journal). On aborde ces différents aspects ci-après.

Mais d'abord, il vaut la peine de noter que les avis des témoins sont partagés à propos de l'intégration horizontale, de l'intégration verticale et de la propriété croisée de médias. Certains estiment que les entreprises canadiennes doivent être suffisamment importantes et évoluées pour livrer concurrence sur le marché mondial. Par exemple, Rogers Communications Inc. a suggéré que les récents changements en matière de propriété s'inscrivent dans un processus continu qui assurera la compétitivité des entreprises médiatiques du Canada sur la scène mondiale.

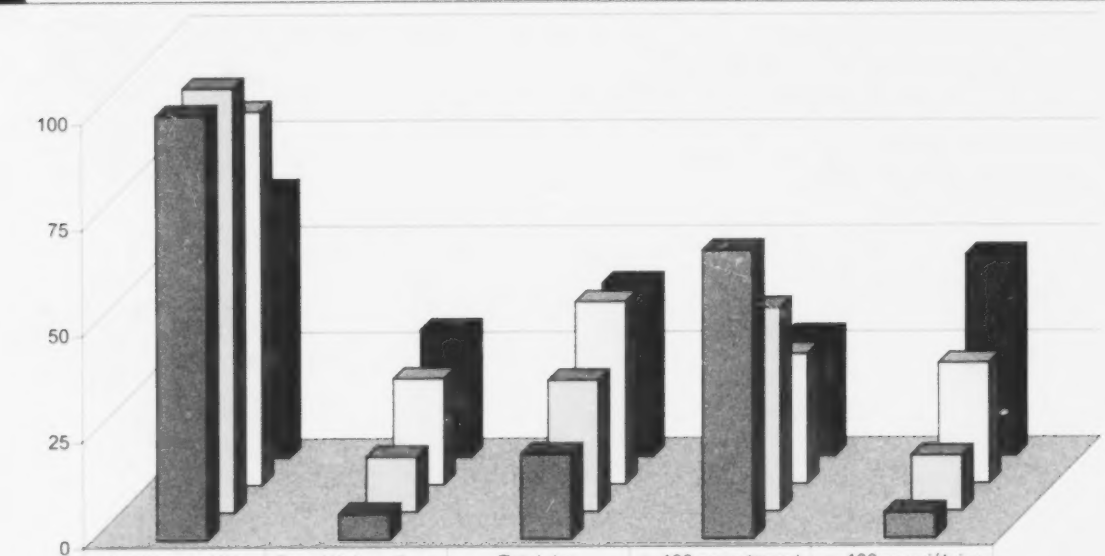
D'autre part, plusieurs témoins ont affirmé craindre que la concentration des médias dans un petit nombre de groupes de propriété ne constitue une menace pour le processus démocratique en limitant l'accès à des opinions diverses. Les témoins qui ont exprimé cette opinion aimeraient que l'on impose des restrictions sur la concentration du capital afin d'éviter qu'il n'y ait qu'une seule position dans certains contextes. Cette question, qui a également été soulevée dans les débats d'experts sur la participation étrangère du Comité, sera abordée plus loin dans une section différente du présent chapitre.

Intégration horizontale

La tendance vers une intégration (concentration) horizontale de la propriété est une source de préoccupation de longue date. La figure 11.3 porte sur les tendances récentes en matière de propriété de stations de télévision multiples au Canada. Elle montre que les cinq plus grands groupes de propriété possédaient 68 % de l'ensemble des stations de télévision en l'an 2000, ce qui représente une augmentation par rapport à 28,6 % en 1970. La figure indique également que la propriété de stations uniques était beaucoup moins courante en 2000, ne comptant alors que six entités.

Les inquiétudes sont similaires du côté de l'industrie de la câblodistribution. En 1999, par exemple, les cinq plus grandes entreprises de câblodistribution (Rogers, Shaw, Vidéotron, Cogeco et Moffat) se partageaient 80,1 % de tous les abonnés du câble. Depuis, la concentration s'est encore accrue alors que Shaw a fait l'acquisition des activités de câblodistribution de Moffat en mars 2001. Comme l'a déclaré la présidente de l'Association canadienne de télévision par câble devant le Comité :

Figure 11.3 Concentration de la propriété des stations de télévision conventionnelles au Canada, années choisies 1970-2000



	Stations de télé privées	Propriétaires d'une seule station	Total des propriétaires	p. 100 appartenant aux 5 plus grands	p. 100 propriétaire d'une seule station
■ 2000	100	6	20	68	6
□ 1990	100	13	31	48	13
□ 1980	88	25	43	30,7	28,4
■ 1970	63	30	41	28,6	47,6

Pour vous donner une idée de la situation de l'industrie du câble, six entreprises desservent près de 90 % de la clientèle de la télévision par câble au Canada. Plus d'une centaine d'autres entreprises desservent le reste du marché. Ces grandes entreprises de câblodistribution ont déjà procédé à l'expansion des services de base du câble, offrant en plus à leurs abonnés les services numériques et l'accès Internet à haute vitesse. Certains petits câblodistributeurs ont commencé à offrir les services évolués. Toutefois un grand nombre de petits systèmes se voient forcés d'offrir un service plus limité en raison des investissements énormes qui sont nécessaires pour permettre d'offrir ces technologies évoluées à une clientèle dispersée dans des régions éloignées[16].

Avec ExpressVu et StarChoice, le marché de la distribution par satellite de radiodiffusion directe est encore plus concentré que celui de la câblodistribution. Les entreprises de câblodistribution et de

communications par satellite se disputent la clientèle à titre de distributeurs de radiodiffusion.

Intégration verticale

Le CRTC s'inquiète depuis des années de l'intégration verticale (ou concentration), c'est-à-dire de la propriété simultanée de différentes étapes de la production, de la radiodiffusion et de la distribution des émissions. Il craint au premier chef que l'on accorde une préférence indue à la programmation d'une entité associée (ou que la programmation d'un concurrent destinée à une entité associée soit victime de discrimination) et que cela réduise la diversité des positions.

Jusqu'à tout récemment, le CRTC examinait les problèmes potentiels de l'intégration verticale des producteurs d'émissions et des radiodiffuseurs de façon ponctuelle. Par exemple, les entreprises de câblodistribution ne pouvaient pas acquérir d'intérêts, y compris des intérêts majoritaires, dans les services de programmation spécialisés et payants en mode analogique. En juin 2001, par contre, le CRTC a annoncé que les entreprises de câblodistribution seraient autorisées à acheter des intérêts, dont des intérêts majoritaires, dans les services de programmation spécialisés et payants en mode analogique. Cette décision a permis une intégration verticale. Puis, en août 2001, le CRTC a renouvelé les licences de CTV et de Global en stipulant toutefois que seulement 25 % de leur contenu canadien aux heures de grande écoute pouvait provenir des maisons de production qui leur appartenaient. Cette décision imposait des limites aux transactions intéressées (c.-à-d. transactions entre entités appartenant à la même société) auxquelles il était possible de se livrer dans une entreprise à intégration verticale.

Propriété croisée

L'expression « propriété croisée » fait allusion à l'acquisition d'actifs, par un particulier ou une firme, dans au moins deux sortes de médias. L'an 2000 a été déterminant dans l'évolution du paysage médiatique canadien, alors que de grands changements se sont opérés sur le plan de la propriété. À titre d'exemple, la compagnie de téléphone BCE a investi dans l'industrie de la télévision et des journaux, les câblodistributeurs Rogers et Shaw ainsi que Québécor, qui se spécialise dans la presse écrite et l'imprimerie, ont acheté des actifs en radiodiffusion, et CanWest Global Communications

(télédiffuseurs de chaînes conventionnelles et spécialisées) ont fait l'acquisition d'actifs dans la presse écrite.

Cette tendance vers la propriété croisée a mené à la création de plusieurs grandes entreprises médiatiques. La figure 11.4 donne des renseignements sommaires sur la propriété croisée de médias pour les quatre intervenants qui dominent le marché canadien aujourd'hui, soit BCE, Québécor, Rogers et CanWest Global[xvii]. Comme on peut le constater, Québécor joue un rôle actif dans chacun des secteurs figurant dans la figure ci-dessus. L'entreprise se trouve ainsi dans une position dominante — du moins au Québec — sans pareille dans aucune autre économie industrialisée comparable.

Figure 11.4 Activités des quatre plus importantes entreprises de propriété croisée des médias, 2003

	BCE	Quebecor	CanWest Global	Rogers
Radio	Non	Oui	Non	Oui
Télévision	Oui	Oui	Oui	Oui
Distribution de radiodiffusion	Non	Oui	Non	Oui
Maisons de production	Oui	Oui	Oui	Non
Journaux	Oui	Oui	Oui	Non
Magazines	Oui	Oui	Non	Oui
Internet	Oui	Oui	Oui	Oui
Téléphonie/réseautage	Oui	Oui	Non	Oui
Communications sans fil	Oui	Oui	Non	Oui
Commerce électronique	Oui	Oui	Non	Non

Astral Media est un autre exemple d'une entreprise québécoise ayant de nombreux antécédents de propriété croisée. (Voir l'encadré.)

Conglomérats

Le conglomérat est un quatrième type de groupes de propriété; il s'agit d'une entreprise qui mène des activités dans un certain nombre de secteurs qui n'ont pas de liens directs les uns avec les autres. Le conglomérat nord-américain le plus connu qui possède des médias est General Electric, qui est aussi propriétaire du service de télévision NBC. De même, comme l'a indiqué le Centre d'études sur les médias :

Astral Media : Une affaire de famille

Astral Media se classe aujourd'hui parmi les grandes entreprises de médias au Canada. Sa croissance ainsi que ses succès depuis ses débuts modestes à Montréal il y a plus de 40 ans sont intimement liés aux talents complémentaires des quatre frères Greenberg, soit Harold, Harvey, Sydney et Ian, qui en sont les fondateurs.

La trajectoire de croissance d'Astral depuis plus de 40 ans est marquée par la vision, l'imagination et la

ténacité de ses fondateurs. Elle a été aussi marquée par des transformations importantes au sein de l'entreprise, au gré de l'évolution rapide de la culture populaire au Canada durant cette même période.

Lorsque les frères Greenberg fondent Angreen Photo en 1961, il s'agit d'une concession de service photo chez Miracle Mart. Une première transformation se réalise avec l'acquisition des laboratoires Bellevue Photo, grâce à laquelle l'entreprise se lance dans le traitement photo, et peu de temps après, l'achat de Pathé-Humphries ouvre la porte au domaine de la production cinématographique.

En 1973, Astral est une société inscrite à la Bourse, et durant les années qui suivent, l'entreprise se chargera de la production ou participera à la production d'une centaine de films, d'émissions de télévision et de mini-séries. Astral s'occupera également de la distribution de films et d'émissions de télévision.

En 1983, une transformation de grande envergure est réalisée par Astral lorsqu'elle prend le contrôle des chaînes de télévision payante First Choice et Premier Choix. C'est un énorme risque pour une jeune entreprise et un tournant décisif : Astral entre de plain-pied dans le domaine de la diffusion télé.

Afin de pouvoir exploiter les licences de First Choice et Premier Choix selon les règlements du CRTC, Astral doit abandonner ses activités de production. Cependant, en instituant le Fonds Harold Greenberg, Astral se donne un mécanisme par lequel elle peut apporter une aide financière aux scénaristes et aux producteurs canadiens. Le Fonds a versé plus de 25 millions de dollars à ces fins depuis sa création en 1985.

En 1990, André Bureau, l'ancien président du CRTC, se joint à la famille Greenberg et la transformation d'Astral en une entreprise entièrement consacrée aux activités médiatiques (la télévision, la radio et l'affichage) est progressivement mise en œuvre. Astral Media domine aujourd'hui le marché des entreprises de télévision spécialisée et payante, francophone et anglophone, au Canada. Astral est en outre propriétaire de neuf stations de radio FM, de trois stations AM et de 50 % des parts de Radiomédia. Affichage Astral Media compte quelque 3 400 panneaux extérieurs et contribue fortement aux recettes publicitaires de l'entreprise, lesquelles représentaient le tiers des revenus globaux d'Astral Media en 2001, soit 125 millions de dollars.

Astral Media est inscrite à la Bourse avec une capitalisation dépassant un milliard de dollars, et 1 300 personnes sont employées par l'entreprise.

Au Québec, Power Corporation est un exemple de ce type d'intégration. Par sa filiale Gesca (presse écrite), le groupe est un acteur important des médias. Par ailleurs, il possède des intérêts dans le secteur des services financiers (assurance-vie et fonds de placement). À l'échelle internationale, sa participation dans Pargesa Holding lui accorde une présence importante dans Bertelsmann, un géant européen du domaine des communications, mais également dans la production industrielle, l'énergie et les services financiers.

Propriété et diversité

Le Centre d'études sur les médias a fait remarquer ce qui suit :

> La diversité est considérée comme une composante essentielle du pluralisme démocratique dans nos sociétés modernes : ce sont les diverses composantes de la constellation médiatique qui permettent d'établir de concert le lien entre la diversité et le pluralisme en reflétant les divers points de vue et courants d'opinion présents dans la société et en donnant accès à l'information pertinente. Cela permet, en retour, la participation éclairée des citoyens aux affaires de la Cité.

Il a ajouté :

> Le concept de diversité se déconstruit généralement en deux principaux segments : celui des contenus et celui des sources. Les contenus réfèrent à la large palette d'opinions, d'information, de divertissements capables de satisfaire les besoins multiples des diverses composantes de nos sociétés complexes. La diversité des sources a trait, quant à elle, tant aux producteurs, personnels et artisans, qui produisent les contenus qu'aux médias qui les diffusent.

En ce qui a trait à la propriété croisée et à la propriété étrangère, de nombreux témoins ont mentionné l'importance d'avoir accès à un contenu varié et à diverses sources. Il y avait beaucoup d'incertitude et une certaine crainte quant à une baisse de la diversité dans les médias — et plus particulièrement à la télévision et dans les journaux. Comme on le verra ci-après, la propriété croisée à l'échelon local est toutefois devenue une source de préoccupation dans certains marchés locaux et régionaux. Le professeur Marc-François Bernier de l'Université d'Ottawa signale à cet égard :

ténacité de ses fondateurs. Elle a été aussi marquée par des transformations importantes au sein de l'entreprise, au gré de l'évolution rapide de la culture populaire au Canada durant cette même période.

Lorsque les frères Greenberg fondent Angreen Photo en 1961, il s'agit d'une concession de service photo chez Miracle Mart. Une première transformation se réalise avec l'acquisition des laboratoires Bellevue Photo, grâce à laquelle l'entreprise se lance dans le traitement photo, et peu de temps après, l'achat de Pathé-Humphries ouvre la porte au domaine de la production cinématographique.

En 1973, Astral est une société inscrite à la Bourse, et durant les années qui suivent, l'entreprise se chargera de la production ou participera à la production d'une centaine de films, d'émissions de télévision et de mini-séries. Astral s'occupera également de la distribution de films et d'émissions de télévision.

En 1983, une transformation de grande envergure est réalisée par Astral lorsqu'elle prend le contrôle des chaînes de télévision payante First Choice et Premier Choix. C'est un énorme risque pour une jeune entreprise et un tournant décisif : Astral entre de plain-pied dans le domaine de la diffusion télé.

Afin de pouvoir exploiter les licences de First Choice et Premier Choix selon les règlements du CRTC, Astral doit abandonner ses activités de production. Cependant, en instituant le Fonds Harold Greenberg, Astral se donne un mécanisme par lequel elle peut apporter une aide financière aux scénaristes et aux producteurs canadiens. Le Fonds a versé plus de 25 millions de dollars à ces fins depuis sa création en 1985.

En 1990, André Bureau, l'ancien président du CRTC, se joint à la famille Greenberg et la transformation d'Astral en une entreprise entièrement consacrée aux activités médiatiques (la télévision, la radio et l'affichage) est progressivement mise en œuvre. Astral Media domine aujourd'hui le marché des entreprises de télévision spécialisée et payante, francophone et anglophone, au Canada. Astral est en outre propriétaire de neuf stations de radio FM, de trois stations AM et de 50 % des parts de Radiomédia. Affichage Astral Media compte quelque 3 400 panneaux extérieurs et contribue fortement aux recettes publicitaires de l'entreprise, lesquelles représentaient le tiers des revenus globaux d'Astral Media en 2001, soit 125 millions de dollars.

Astral Media est inscrite à la Bourse avec une capitalisation dépassant un milliard de dollars, et 1 300 personnes sont employées par l'entreprise.

> Au Québec, Power Corporation est un exemple de ce type d'intégration. Par sa filiale Gesca (presse écrite), le groupe est un acteur important des médias. Par ailleurs, il possède des intérêts dans le secteur des services financiers (assurance-vie et fonds de placement). À l'échelle internationale, sa participation dans Pargesa Holding lui accorde une présence importante dans Bertelsmann, un géant européen du domaine des communications, mais également dans la production industrielle, l'énergie et les services financiers[4].

Propriété et diversité

Le Centre d'études sur les médias a fait remarquer ce qui suit :

> La diversité est considérée comme une composante essentielle du pluralisme démocratique dans nos sociétés modernes ; ce sont les diverses composantes de la constellation médiatique qui permettent d'établir *in concreto* le lien entre la diversité et le pluralisme en reflétant les divers points de vue et courants d'opinion présents dans la société et en donnant accès à l'information pertinente. Cela permet, en retour, la participation éclairée des citoyens aux affaires de la Cité[5].

Il a ajouté :

> Le concept de diversité se déconstruit généralement en deux principaux segments : celui des contenus et celui des sources. Les contenus réfèrent à la large palette d'opinions, d'information, de divertissements capables de satisfaire les besoins multiples des diverses composantes de nos sociétés complexes. La diversité des sources a trait, quant à elle, tant aux producteurs, personnels et artisans, qui produisent les contenus qu'aux médias qui les diffusent[6].

En ce qui a trait à la propriété croisée et à la propriété étrangère, de nombreux témoins ont mentionné l'importance d'avoir accès à un contenu varié et à diverses sources. Il y avait beaucoup d'incertitude et une certaine crainte quant à une baisse de la diversité dans les médias — et plus particulièrement à la télévision et dans les journaux. Comme on le verra ci-après, la propriété croisée à l'échelon local est toutefois devenue une source de préoccupation dans certains marchés locaux et régionaux. Le professeur Marc-François Bernier de l'Université d'Ottawa signale à cet égard :

> Quand je parle de diversité de l'information — je reviens toujours sur ce sujet-là — je ne dis pas qu'on doit avoir 12 sites Internet qui diffusent la même information : ça, c'est de la multiplicité et non pas de la diversité. Et j'ajoute que c'est vrai que nous avons davantage accès à l'information internationale maintenant grâce à Internet. Cependant, l'information locale et régionale reste vraiment l'enfant pauvre. De plus en plus, la concentration et la convergence font en sorte que les choses se décident en dehors des régions, et les gens n'ont plus accès à l'information qui les concerne en premier lieu, mais ils savent tout ce qui se passe au Nigeria, parce qu'on estime que c'est plus important. Je ne dis pas que ce n'est pas important, mais il faut aussi que les gens aient un accès à l'information locale et régionale, et ils l'ont de moins en moins[2].

De même, Mme Anne-Marie Des Roches, directrice des Affaires publiques, Union des artistes, observe :

> Pour contribuer à la diversité culturelle, le Canada doit maîtriser son espace de création et de diffusion. Ce défi passe par une stratégie cohérente de régulation. Il faut éviter que les infrastructures de communication ne soient que des relais pour l'acheminement des produits culturels étrangers.
>
> Maîtriser notre espace de création et de diffusion suppose de renforcer les équilibres mis en place par la *Loi sur la radiodiffusion*. C'est le CRTC qui est chargé de gérer cet équilibre délicat entre l'atteinte d'objectifs sociaux et culturels et l'appui à une industrie des communications économiquement solide et concurrentielle. Les équilibres à assurer sont donc étroitement liés aux exigences en matière de contenu canadien et à la propriété des entreprises[3].

Dans son rapport au Comité, le Centre d'études sur les médias est arrivé à la conclusion que « seule une étude approfondie permettrait de déterminer » si le « pluralisme et la diversité de l'information ont souffert » des récents changements apportés à la propriété des médias canadiens. Au Canada anglais, « la concurrence reste vive entre les deux réseaux (CTV et CanWest Global), tout comme au Québec, en matière d'information, entre TVA, TQS et la SRC ». De plus, la concentration de la propriété des journaux de langue anglaise :

> ... a diminué de façon importante depuis 1999 alors que le groupe Hollinger de Conrad Black détenait plus de 40 % de l'ensemble du tirage (anglais et français) et presque la moitié du tirage de langue anglaise. À 37 %, la part du tirage de langue anglaise que détient

> actuellement CanWest, le principal éditeur de quotidiens, est tout juste supérieure à celle qu'accaparait Southam en 1980 (33 %)[1].

Pour ce qui est du marché de langue française, le Centre avait certaines appréhensions parce que « la vente par Hollinger de ses trois quotidiens à Power Corporation a fait que deux groupes plutôt que trois détiennent désormais la presque totalité du tirage ». Cela étant dit :

> les deux principaux titres de Montréal et les titres de Québec appartiennent toujours à des propriétaires différents. Ce que l'on constate aussi, c'est que plusieurs observateurs s'entendent pour dire que Le Soleil de Québec, par exemple, s'est beaucoup amélioré depuis qu'il est passé de Hollinger à Power Corporation. La politique des groupes n'est pas uniforme en effet et il n'y a pas de lien automatique entre l'appartenance à une chaîne et la qualité d'un journal. Il y a des chaînes qui font du bon journalisme, d'autres pas[2].

Compte tenu de ces faits, la prochaine section résume les témoignages au sujet de la diversité et de la propriété. Des solutions sont ensuite proposées.

Ce que les témoins ont dit

Lors de sa comparution devant le Comité, M. Alain Gourd, vice-président exécutif de Bell Globemedia, a mentionné une étude récente du CRTC sur la diversité dans le système canadien de radiodiffusion qui avance ce qui suit :

> Dans la plupart des principaux marchés canadiens, de 1991 à 2001, on note une croissance importante du nombre de stations de radio et de télévision et de propriétaires de celles-ci. [...] Une progression similaire peut être notée dans le marché francophone. En effet, en 1982, il y avait fondamentalement trois services offrant de l'information aux téléspectateurs francophones. C'était Radio-Canada, Télémétropole (TVA) et Radio-Québec[3].

Il a ajouté :

> En 2002, ce nombre a augmenté de façon significative. En effet, en plus de TVA, qui offre maintenant LCN, et de la SRC, qui offre RDI, il y a maintenant Télé-Québec, la nouvelle version de Radio-Québec, TQS, la télévision française de TVOntario, TFO, par satellite, le canal communautaire Canal Vox, la Téléuniversité et le

> Canal Savoir, le service international de TV5, et plusieurs services spécialisés comme ceux d'Astral et Canal Vie, qui offrent de l'information sous une forme ou une autre[1].

M. Ken Goldstein, vice-président exécutif et chef de la stratégie, CanWest Global Communications Corporation, avait ceci à dire au sujet de la diversité des opinions :

> Est-ce que la propriété croisée nuit à l'expression d'opinions divergentes? Non. Il n'y a rien dans la structure de la propriété croisée des médias qui a une incidence structurale sur l'expression d'opinions divergentes. C'est là une question, non pas de structure d'entreprise, mais de culture d'entreprise[2].

D'autres témoins ont toutefois exprimé haut et fort leur désaccord avec cette déclaration. Ils ont affirmé que la convergence des médias — de par sa nature même — a une incidence inévitable sur la diversité des opinions et du contenu offerts aux citoyens. Comme l'a expliqué M. Marc-François Bernier :

> Ce qui m'intéresse surtout, c'est l'impact de la convergence sur la qualité de la presse et de l'information. La convergence ou, autrement dit, la concentration crée généralement — et plusieurs enquêtes l'indiquent — une forme de pression grandissante visant à rendre les contenus compatibles avec les plans d'affaires des conglomérats[3].

C'est pourquoi il croit que l'important, c'est d'avoir une multiplicité et une diversité de journalistes sur le terrain et aussi une indépendance radicale entre les salles de presse pour que cette diversité fonctionne[4].

Prenant la parole sur cette question, M. John Miller, directeur du Programme de journalisme (presse écrite), Université Ryerson, a déclaré ce qui suit :

> Je vous invite à vous demander s'il y a plus de journalistes qui assurent la couverture des nouvelles aujourd'hui qu'il n'y en avait il y a 10 ans. Je vous assure que ce n'est pas le cas.
>
> Les propriétaires de ces journaux peuvent-ils voter pour vous? Vivent-ils dans votre localité ou se trouvent-ils à des milliers de milles de là? Pouvez-vous les interpeller au centre-ville? Non, vous ne le pouvez pas. Ces journaux sont la propriété de six méga

> entreprises médiatiques, dont certaines ont des intérêts dans la télévision, la radio, le cinéma et Internet.
>
> Les propriétaires de ces journaux doivent leur loyauté en premier, non pas à leurs lecteurs, mais à leurs actionnaires, pour qui la communication de nouvelles et d'informations n'apporte rien à la partie revenus de leurs livres comptables et ne fait que grossir les frais généraux.
>
> C'est pourquoi ces entreprises médiatiques et leurs représentants viennent témoigner devant vous pour demander d'assouplir le plus possible les règles sur la propriété croisée et d'ouvrir la porte à des soumissionnaires de l'étranger[10].

De même, M. Wilson Southam a déclaré au Comité :

> Je vous incite fortement à vous rappeler, malgré les promesses faites aux gens noir sur blanc, que bien souvent tout dépend des nuances du climat qui existe et que le climat se manifeste de façon très étrange parfois. Nous n'aurons sans doute jamais une presse parfaite, mais en faisant en sorte d'effectuer une séparation pour assurer l'indépendance rédactionnelle locale, vous permettrez à tout le moins que des préjugés différents soient librement exprimés dans différents endroits et vous nous donnerez ainsi cette part de diversité qui nous a valu notre régime national d'assurance-maladie et le Régime de pensions du Canada[11].

Des témoins ont également recommandé au Comité de se méfier des déclarations selon lesquelles Internet a permis d'accroître la diversité de contenu et de points de vue présentés aux Canadiens. Par exemple, M. Bernier a avancé qu'Internet n'avait pas donné lieu à de nouvelles sources d'information originales[12]. Par ailleurs, M. Tom Kent a fait remarquer ce qui suit :

> Internet est en soi une voie de communication. Ce n'est pas une source de contenu. Il achemine énormément de contenu et c'est cela sa force. [...] tout ce que je voulais dire, c'est qu'Internet n'est pas vraiment mauvais en soi, mais qu'il n'a rien à voir avec le problème dont nous parlons ici[13].

D'autres témoins ne partageaient toutefois pas ce point de vue. Par exemple, M. Matthew Fraser a déclaré que quiconque ayant accès à Internet peut chercher du contenu et des points de vue de toutes les régions du Canada et du monde. Il a affirmé ce qui suit :

> Nous ne vivons plus à l'époque des barons de la presse, où un baron britannique de la presse pouvait dicter et façonner l'opinion, peut-être comme le faisait le *Globe and Mail* il y a de cela une génération. Nous vivons dans un univers de 500 canaux. Internet a [...] Je n'ai qu'à aller sur le Web pour lire le plus récent numéro du *Monde*. Je peux y consulter le *Guardian* du Royaume-Uni — et bien d'autres journaux. Nous avons cette diversité grâce à la technologie[31].

Dans son témoignage, M. Fraser a également fait ressortir qu'il existe une différence de génération qui est souvent passée sous silence :

> Nous avons tendance à débattre de cette question dans l'optique de notre expérience à nous [...] Nous devrions avoir dans cette salle des jeunes de 25 ans ou moins pour pouvoir leur demander quels médias ils consomment [...] Ils vont sur le Web. Ils consultent tous ces organes médiatiques d'une façon très fragmentée. Ils fonctionnent en mode multitâche. Ils vont à cnn.com. Ils vont à cbc.ca. Ils vont peut-être à nationalpost.com. Ou ils font leurs devoirs en regardant le journal télévisé[32].

Dans le même ordre d'idées, Mme Janet Yale a dit ce qui suit au Comité :

> Certains articles dans les journaux ont parlé du danger des participations croisées, si vous voulez, et de leurs conséquences au niveau de la diversité des voix et de l'expression publique. Personnellement, j'estime que l'Internet a ouvert un environnement complètement différent. Il y a une véritable explosion des sources d'information pour les gens aujourd'hui. Pour les jeunes, en particulier, les quotidiens ne sont plus une source d'information. Pour eux, la principale source d'information, c'est l'Internet et il y a plus de sources d'information sur l'Internet qu'on ne peut en compter[33].

Bref, les points de vue des témoins étaient partagés : d'une part, il y avait ceux qui étaient convaincus que la propriété croisée a eu, ou aura, d'importantes répercussions négatives sur la diversité des opinions présentées aux citoyens, et d'autre part, il y avait ceux qui croient que les Canadiens disposent d'un nombre beaucoup plus grand de moyens d'obtenir de l'information qu'ils n'en avaient autrefois. Il faut toutefois souligner que presque tous les témoins favorables au régime actuel provenaient des grands médias.

Solutions possibles

Des témoins ont soulevé des problèmes différents, mais apparentés, concernant l'équilibre entre l'imposition de limites raisonnables à la propriété des médias — et plus particulièrement à la propriété croisée — et la préservation de la diversité au sein du système canadien de radiodiffusion. C'est ce qui a incité M. Kirk Lapointe à dire au Comité qu'il sera difficile de trouver une solution qui convienne à tous. Il a précisé :

> Il est très difficile de relever le défi de la diversité. On n'y arrive pas en un temps deux mouvements. Il ne s'agit pas de fixer des objectifs quantitatifs, d'adopter certaines méthodes de recrutement et de promotion et de suivre les progrès obtenus. C'est un processus quotidien, méthodique et lent, auquel tous les membres de l'organisation doivent participer sans y être forcés, pour créer un média plus perfectionné[1]

Pour sa part, le Centre d'études sur les médias a fait remarquer ce qui suit :

> ... on ne trouvera pas de solution miracle au problème de la concentration des médias. C'est par un ensemble de mesures émanant de sources diverses que l'on s'assurera que les médias assument leur responsabilité sociale et offrent l'information diversifiée et de qualité essentielle aux citoyens et à la vie démocratique[2]

À cet égard, l'étude réalisée par le Centre contient des éléments d'information particulièrement utiles, notamment les suivants :

- La concentration n'est pas aussi importante dans le secteur de la radiodiffusion que dans celui de la presse écrite.
- La concentration de la propriété des médias au Canada varie selon les médias, les régions, les groupes linguistiques et le marché désservi.
- La plupart des Canadiens ont accès à plusieurs radiodiffuseurs locaux et nationaux.
- Plusieurs villes canadiennes n'ont qu'un seul journal local.
- À l'échelle nationale, la concentration horizontale n'a pas augmenté considérablement au cours des dernières années, sauf en ce qui concerne la radio.

- La concentration des journaux a diminué depuis l'acquisition des publications Hollinger par CanWest; le taux de diffusion des publications de langue anglaise, qui est de 37 %, est à peine plus élevé qu'il ne l'était en 1980.

- Par contre, dans certaines régions ou marchés, la concentration a augmenté considérablement. Sur le marché des journaux, par exemple, un groupe contrôle plus de 60 % de la diffusion dans sept provinces (90 % en Colombie-Britannique et en Saskatchewan).

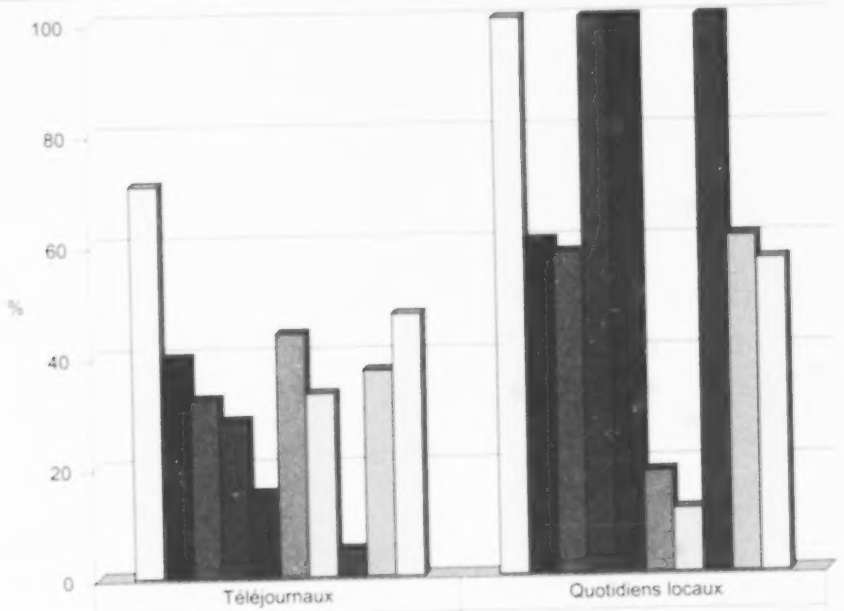
- Un niveau élevé de propriété croisée des médias est concentré dans certaines villes, plus particulièrement Vancouver où un groupe de propriété contrôle la totalité de la diffusion de deux quotidiens locaux et exploite le radiodiffuseur local ayant le plus vaste auditoire.

- La demande de Québécor visant à acquérir des stations de radio dont le CRTC est actuellement saisi créerait un conglomérat sans précédent de la presse, de la radio et de la télévision (y compris la câblodistribution) au Québec.

La figure 11.5 résume l'ampleur de la propriété croisée dans neuf grands marchés étudiés par le Centre d'études sur les médias pour le compte du Comité. Comme on peut le constater, sauf à Vancouver, aucun des principaux groupes de propriété n'avaient des parts d'auditoire de plus de 50 % pour leurs téléjournaux locaux. Par contre, trois de ces marchés — Montréal anglophone, Regina et Saskatoon — n'ont qu'un seul journal local, et à Vancouver, deux quotidiens locaux sont contrôlés par la même entreprise.

Bref, le Comité constate que la question de la propriété croisée est complexe. Actuellement, au Canada, les groupes propriétaires de médias sont plus grands et plus intégrés que jamais. Ils affirment qu'ils doivent être puissants pour faire face à la concurrence internationale et réaliser des économies d'échelle. Après tout, ils livrent concurrence à des géants mondiaux comme Disney, AOL-Time Warner, Bertelsmann et Viacom. Au moins en apparence, le fait d'avoir de grosses entreprises médiatiques ayant la capacité financière de soutenir la radiodiffusion au Canada semble présenter des avantages. Ces sociétés ont le rayonnement, les ressources et la durabilité nécessaires pour saisir les occasions qui se présentent, éponger les pertes et promouvoir des programmes. Mais cet argument crée toute une série de problèmes particuliers découlant de la propriété croisée.

Figure 11.5 Propriété croisée dans neuf villes canadiennes selon les parts de marché des téléjournaux et des quotidiens locaux



	Téléjournaux	Quotidiens locaux
Vancouver : CanWest Global	70,6	100,0
Edmonton : CanWest Global	39,7	60,0
Calgary : CanWest Global	32,2	57,8
Regina : CanWest Global	28,3	100,0
Saskatoon : CanWest Global	15,3	100,0
Toronto : Bell Globemedia	43,8	18,3
Toronto : CanWest Global	33,0	11,5
Montréal (anglophone) : CanWest Global	5,0	100,0
Montréal (francophone) : Quebecor	37,1	60,4
Québec : Quebecor	47,1	56,2

Par exemple, des entreprises comme CanWest Global et Bell Globemedia n'investissent pas autant dans les émissions dramatiques canadiennes que de nombreux témoins le souhaiteraient — plus particulièrement les créateurs — et pour plusieurs raisons (mentionnées aux chapitres 5 et 8), elles importent beaucoup d'émissions américaines qu'elles diffusent aux heures de grande écoute. Par ailleurs, le fait que CanWest Global ait insisté en faveur de l'adoption d'une politique de rédaction centralisée a fait craindre à certains que les journalistes subissent des pressions pour se conformer aux attentes et aux points de vue du groupe propriétaire de leurs journaux respectifs.

Des témoins préoccupés par les dangers de la propriété croisée ont déclaré au Comité que le risque réside dans le fait que trop de pouvoir pourrait être concentré entre les mains de quelques personnes qui n'ont aucune obligation de rendre compte. Les propriétaires de multiples entreprises médiatiques dans un marché local ou national détiennent le pouvoir extraordinaire de modeler l'opinion des citoyens. Dans ces circonstances, le nombre et la variété des voix et des perspectives offertes aux lecteurs et aux téléspectateurs sont considérablement réduites. La promotion croisée d'un média par un autre fait que les nouvelles et les commentaires se transforment en publicité ou en stratégie de marketing. Cela ne peut qu'éroder la confiance des citoyens dans les agences d'information.

On se préoccupe également des effets qu'aura la multiplicité des tâches sur les journalistes. En effet, si les journalistes de la presse écrite doivent aussi apparaître à la radio et à la télévision, en plus de verser des articles dans Internet, ils disposeront de moins de temps pour faire des reportages.

De plus, l'argument selon lequel les Canadiens ont aujourd'hui accès à de multiples chaînes et à une vaste gamme de nouvelles sources d'information en ligne ne tient pas compte d'un facteur important. Les bulletins de nouvelles nationaux et locaux continuent d'être regardés par des millions de téléspectateurs chaque jour, et la presse écrite est toujours une source d'information privilégiée de la population.

Il convient de noter que d'autres pays ont pris des mesures pour limiter la propriété croisée. Aux États-Unis, la Commission fédérale des communications interdit la propriété croisée entre la presse écrite et la radiodiffusion depuis les années 70. En 1975, par exemple, la Commission a interdit la propriété croisée télévision/presse pour deux raisons : pour favoriser la diversité de la propriété et encourager la diversité des points de vue dans les médias américains. Depuis peu, elle a réduit cette interdiction, pour les marchés fortement fragmenté. En France, la loi cherche à garantir qu'aucun groupe ne domine plus de deux des quatre principaux secteurs médiatiques (presse, radio, télévision et câble) et fixe des limites de concentration des médias à l'échelle régionale et nationale. En outre, au Royaume-Uni, la nouvelle *Communications Act* dispose que ceux qui possèdent un journal lu par 20 % du lectorat national ou local ne sont pas autorisés à avoir une licence pour des services nationaux ou régionaux de télévision commerciale. Dans ce pays, ces restrictions s'appliquent également aux propriétaires de journaux qui veulent obtenir une licence d'exploitation de services radiophoniques.

Au Canada, la propriété croisée des médias a atteint des sommets sans précédent au cours de la vague de prises de contrôle qui a eu lieu en 2000. Le Comité doit déterminer quelles sont les mesures à prendre à l'égard de la convergence, de la consolidation et de la concentration. Cela signifie qu'il devra recommander des mesures qui feront en sorte que les citoyens aient accès à une variété de points de vue, mais qui ne provoqueront pas de bouleversements d'ordre financier au sein de l'industrie canadienne des médias. Il s'agit probablement de la plus grande difficulté à laquelle le Comité sera confronté. C'est pourquoi ce dernier a examiné attentivement une série d'options :

1) Ne prendre aucune mesure et laisser le marché régler le problème. Assurer un solide soutien à la radiodiffusion publique.

Le Comité a étudié s'il y a lieu de recommander des mesures compte tenu du fait que le marché semble en voie de résoudre au moins certains problèmes. Certaines sociétés qui s'étaient laissées prendre par l'euphorie suscitée par les très bons résultats du marché boursier et des titres de haute technologie à la fin des années 1990 sont maintenant lourdement endettées et incapables de trouver des moyens de faire fonctionner la convergence. Des analystes financiers prétendent que le modèle de convergence comporte de nombreuses lacunes et que les sociétés finiront par conserver seulement leurs activités principales. La proposition de ne pas intervenir se justifie par le fait que la situation actuelle risque d'évoluer beaucoup au cours des deux prochaines années et qu'une intervention de la part du gouvernement devrait être considérée comme un dernier recours. On peut prétendre que les objectifs en matière de politique publique seraient mieux servis en investissant dans la radiodiffusion publique en vue d'atteindre l'équilibre dont le système a besoin.

2) Plaider en faveur de l'indépendance journalistique et demander au CRTC de renforcer sa politique sur la gestion indépendante des salles de nouvelles.

Dans ce cas-ci, les répercussions de la propriété croisée des médias peuvent être atténuées si les journalistes sont à l'abri des pressions engendrées par la convergence. Des barrières réglementaires peuvent être mises en place afin de faire en sorte que les salles de nouvelles des journaux soient gérées séparément et indépendamment des stations de télévision. Cela assurera le maintien d'une variété de voix. En outre, cela évitera d'ordonner aux sociétés médiatiques de vendre les entités

qu'elles possèdent. Le CRTC pourrait toutefois se retrouver dans une quasi-impasse. Il agira seulement s'il reçoit des plaintes, mais les journalistes, entre autres, craignent peut-être de se plaindre. Ce pourrait être une situation où le contrôleur de la radiodiffusion canadienne (voir le chapitre 19) jouerait un rôle.

3) Proposer l'établissement d'un « contrat » entre les propriétaires de médias et les directeurs de services de rédaction.

Le Comité signale qu'une façon de se sortir de l'impasse serait d'adopter une suggestion qu'avait formulée M. Tom Kent, président de l'ancienne Commission royale sur les quotidiens, lorsqu'il avait témoigné devant le Comité. M. Kent avait repris une proposition formulée dans le rapport de la Commission, à savoir que les propriétaires signent un « contrat » avec les rédacteurs en chef pour faire en sorte qu'il n'existe aucun lien de dépendance entre les rédacteurs en chef, les éditeurs et les propriétaires. Le contrat serait en vigueur pour une certaine période — 5 ans par exemple — et donnerait aux rédacteurs une grande latitude sur le plan administratif, notamment en ce qui concerne la politique rédactionnelle et l'embauche. Les rédacteurs seraient aussi libres, comme l'a indiqué la Commission, de faire des commentaires défavorables sur les points de vue ou les actions de toute personne, entreprise ou organisation associée au propriétaire[9].

Le Comité reconnaît toutefois que, les journaux ne relevant pas de la compétence du CRTC, toute intervention de sa part dans ce secteur provoquerait vraisemblablement une importante bataille juridique ainsi qu'une avalanche de réactions et de critiques. Cela dit, l'organisme pourrait toutefois faire en sorte que de tels «contrats» s'appliquent aux directeurs des stations de télévision. Cela aurait pour effet d'éloigner les stations de télévision de la pression d'effectuer une convergence avec des journaux.

4) Recommander que le gouvernement fédéral élabore une politique claire sur la propriété croisée des médias.

Selon cette option, aucune mesure ne serait prise tant que de nouvelles règles n'auraient pas été établies. Comme c'est le cas en France, ces règles autoriseraient un certain niveau de propriété croisée. Diverses possibilités pourraient être envisagées. Le propriétaire d'un quotidien pourrait être autorisé à détenir une licence de radiodiffusion locale uniquement dans les

villes où, par exemple, il existe au moins quatre autres stations de télévision. Une société pourrait être autorisée à conserver une licence seulement si elle cesse d'être actionnaire majoritaire du journal local. Une participation minoritaire pourrait être tolérée. Par ailleurs, des limites strictes pourraient être imposées quant au nombre d'entreprises de radiodiffusion et de journaux qu'une même société pourrait posséder. Un traitement différent pourrait être accordé selon qu'il s'agit d'un marché local, régional ou national.

5) Recommander qu'on ordonne au CRTC de ne pas accorder de licence aux radiodiffuseurs dont le propriétaire détient des intérêts majoritaires dans un quotidien.

Plusieurs témoins qui ont comparu devant le Comité ont fait cette suggestion. Certes, cette proposition mérite d'être examinée davantage (il est loin d'être clair, par exemple, qu'un journal serait bâillonné simplement parce que son propriétaire doit demander au CRTC de renouveler ses licences de radiodiffusion), mais elle est certainement attrayante. Comme il a été dit, le CRTC a déjà reçu de telles instructions au début des années 80. Leur annulation par la suite a fort probablement été peu judicieuse. Le problème actuel concerne l'incidence qu'aurait une telle mesure sur les industries concernées.

6) Recommander l'interdiction pure et simple de la propriété croisée des médias.

Le Comité reconnaît que cette option est la plus radicale. On peut présumer que les propriétaires de stations de radio et de télévision et d'entreprises de distribution de radiodiffusion auraient à se défaire des journaux qu'ils possèdent ou risquer que leur licence ne soit pas renouvelée le moment venu. Les sociétés les plus touchées seraient Québécor et CanWest Global. Plusieurs des grands quotidiens du pays seraient tous à vendre en même temps. On ne sait pas exactement qui seraient les acheteurs potentiels ou si une telle mesure diminuerait la concurrence entre les quotidiens. Cette recommandation constituerait toutefois un message clair et sans équivoque au gouvernement, au CRTC et aux propriétaires de sociétés.

Solutions proposées

Le Comité signale que deux comités de l'Assemblée nationale du Québec, soit la Commission de la culture et le Comité conseil sur la qualité et la diversité de l'information, ont publié des rapports sur la concentration des médias au cours des dernières années. Le Comité reconnaît l'importance du travail accompli par ces comités et il fait remarquer qu'avant la dissolution de l'Assemblée nationale en mars 2003, le gouvernement du Québec a annoncé son intention de présenter un projet de loi visant à accroître la diversité des médias dans un contexte de concentration de la propriété.

Le Comité fera deux recommandations sur l'indépendance rédactionnelle et la propriété croisée des médias.

Indépendance rédactionnelle

Le Comité croit que les nombreux défis posés par la propriété croisée doivent être abordés de front pour défendre l'indépendance journalistique. Il présente donc ci-après des recommandations qui lui semblent nécessaires pour s'attaquer à la situation actuelle, y apporter les mesures correctives qui s'imposent et préparer l'avenir.

Le Comité sait qu'il s'agit d'une tâche difficile qui comporte de nombreux imprévus et des circonstances particulières. Il serait tentant, par exemple, de proposer que le CRTC soit tenu de refuser l'attribution de licences aux demandeurs qui contrôlent un quotidien canadien. Mais cette mesure devrait-elle s'appliquer uniquement à la propriété croisée au sein d'un même marché local? Qu'en serait-il des réseaux et des journaux nationaux? Qui pourrait acheter les entreprises dont certains propriétaires devraient se départir?

Malheureusement, le Comité ne dispose pas de suffisamment d'information actuellement pour bien se préparer à tous les imprévus. Cela étant dit, il peut faire une déclaration ferme et proposer des mesures immédiates. C'est pourquoi, en dépit du fait que les journaux ne font pas partie de son mandat et ne sont pas assujettis à la réglementation, le Comité est d'avis qu'il faut prendre des mesures afin de protéger l'intégrité de l'indépendance rédactionnelle et la liberté de presse. Par conséquent, **le Comité dénonce fermement toute tentative pour réprimer l'indépendance rédactionnelle et la liberté de presse**. De plus :

RECOMMANDATION 11.1 :

Le Comité recommande qu'il soit ordonné au CRTC de renforcer sa politique sur la séparation des activités des salles de presse dans les situations où il y a propriété croisée de médias afin d'assurer l'indépendance rédactionnelle.

Le Comité croit également que, pour garantir l'efficacité de cette mesure, un mécanisme de surveillance est nécessaire. C'est pourquoi, il estime que le contrôleur de la radiodiffusion canadienne (proposé au chapitre 19) pourrait jouer un rôle à cet égard. Par conséquent :

RECOMMANDATION 11.2 :

Le Comité recommande que le CRTC mette en place un mécanisme pour assurer l'indépendance rédactionnelle des activités de radiodiffusion et que l'autorité compétente (par ex., le contrôleur de la radiodiffusion canadienne) présente un rapport annuel à cet égard au Parlement.

Le Comité convient avec le Centre d'études sur les médias que les élus ont un rôle à jouer. Dans le rapport préparé à l'intention du Comité, le Centre écrit ce qui suit :

> Nous croyons qu'il appartient aux élus d'intervenir en ce domaine. En effet, l'approche au cas par cas présente de grandes limites. Les décisions dépendent de situations particulières et des acteurs en présence. Au contraire, l'approche législative permet l'élaboration d'un cadre conceptuel et une certaine pérennité des règles. Celles-ci ne devraient pas changer de manière abrupte, sous la poussée de projets industriels donnés[1].

Il a également avancé que :

> Tout dispositif canadien visant à encadrer la propriété des médias devrait donc prendre en compte la dimension linguistique et comporter des règles destinées à maintenir une diversité des propriétaires d'abord au niveau local mais également au palier national pour s'assurer aussi de la diversité des sources d'information nationale[2].

En outre, il a déclaré :

> [T]out dispositif voulant réglementer la propriété croisée gagnerait à tenir compte de l'aire d'influence des groupes en considérant l'ensemble des médias qui leur appartiennent ou qu'ils souhaitent acquérir[1].

Le Centre fait remarquer qu'en plus d'adopter des mesures réglementaires relatives à la propriété, il y aurait lieu de prendre des mesures pour accroître la concurrence. Les médias locaux qui font une contribution d'importance à leur collectivité pourraient recevoir une aide financière. Un appui pourrait être dispensé aux entreprises médiatiques qui ajoutent à la diversité de l'information et des points de vue. La première de ces entreprises est, bien sûr, la SRC, et toute mesure visant à résoudre ses problèmes de financement (suivant celles qui sont recommandées au chapitre 6) contribuerait à améliorer la situation.

Propriété croisée

Le Comité est d'avis que les problèmes éventuels découlant de la propriété croisée sont suffisamment graves pour que le gouvernement fédéral publie une politique claire et sans équivoque à ce sujet. Il voudrait d'abord que le gouvernement ordonne au CRTC de reporter l'attribution ou le renouvellement de licences de radiodiffusion faisant intervenir la propriété croisée jusqu'à ce qu'une politique ait été publiée. Cette mesure devrait être prise au cours de l'année suivant le dépôt du présent rapport.

RECOMMANDATION 11.3 :

Le Comité recommande que le gouvernement du Canada publie un énoncé de politique clair et sans équivoque concernant la propriété croisée au plus tard le 30 juin 2004.

De plus :

RECOMMANDATION 11.4 :

D'ici à ce que le gouvernement du Canada publie sa politique concernant la propriété croisée, le Comité recommande :

RECOMMANDATION 11.1

Le Comité recommande qu'il soit ordonné au CRTC de renforcer sa politique sur la séparation des activités des salles de presse dans les situations où il y a propriété croisée de médias afin d'assurer l'indépendance rédactionnelle.

RECOMMANDATION 11.2

Le Comité recommande que le CRTC mette en place un mécanisme pour assurer l'indépendance rédactionnelle des activités de radiodiffusion et que l'autorité compétente (par ex., le contrôleur de la radiodiffusion canadienne) présente un rapport annuel à cet égard au Parlement.

Le Comité tait remarquer qu'en plus d'adopter des mesures réglementaires relatives à la propriété, il y aurait lieu de prendre des mesures pour accroître la concurrence. Les médias locaux qui font une contribution d'importance à leur collectivité pourraient recevoir une aide financière. Un appui pourrait être dispensé aux entreprises médiatiques qui ajoutent à la diversité de l'information et des points de vue. La première de ces entreprises est, bien sûr, la SRC, et toute mesure visant à résoudre ses problèmes de financement, suivant celles qui sont recommandées au chapitre 9, contribuerait à améliorer la situation.

Propriété croisée

Le Comité est d'avis que les problèmes éventuels découlant de la propriété croisée sont suffisamment graves pour que le gouvernement fédéral publie une politique claire et sans équivoque à ce sujet. Il souhaitait d'abord que le gouvernement ordonne au CRTC de reporter l'attribution ou le renouvellement de licences de radiodiffusion faisant intervenir la propriété croisée jusqu'à ce qu'une politique ait été publiée. Cette mesure devrait être prise au cours de l'année suivant le dépôt du présent rapport.

RECOMMANDATION 11.3

Le Comité recommande que le gouvernement du Canada publie un énoncé de politique clair et sans équivoque concernant la propriété croisée au plus tard le 30 juin 2004.

De plus,

RECOMMANDATION 11.4

Dici à ce que le gouvernement du Canada publie sa politique concernant la propriété croisée, le Comité recommande :

(a) Qu'il soit ordonné au CRTC de reporter toutes les décisions concernant l'attribution de nouvelles licences de radiodiffusion lorsqu'il y a propriété croisée.

(b) Que les licences faisant intervenir la propriété croisée soient automatiquement renouvelées (c.-à-d. qu'elles fassent l'objet d'un renouvellement administratif) pour une période minimale de deux ans et une période maximale de trois ans.

C. Propriété étrangère

Sur le plan de la population et de l'économie, le Canada est relativement petit en regard des pays avec lesquels il a des liens historiques, politiques et géographiques. Même s'il a eu recours à des capitaux étrangers pour favoriser sa croissance, il subit toujours inquiet des conséquences des mouvements de capitaux — et des liens économiques solides avec d'autres pays importants — sur sa souveraineté et son caractère distinct.

Compte tenu de leur puissance, les États-Unis ont toujours préoccupé certains décideurs canadiens. Par exemple, lors des élections de 1887 et 1891, sir John A. Macdonald a su exploiter la fibre patriotique des Canadiens et leur méfiance envers les États-Unis pour remporter la victoire. Au cours de cette période, la plupart des investissements étrangers au Canada provenaient du Royaume-Uni. Il s'agissait plus d'investissements de portefeuille que d'investissements directs, c'est-à-dire d'investissements en obligations plutôt qu'en capital qui donnent un certain contrôle sur une entreprise.

Au cours des années 50, les États-Unis étaient la principale source d'investissement étranger au Canada, plus particulièrement sous forme de participation au capital. La crainte de perdre le contrôle de notre économie a donné lieu à plusieurs études, notamment le rapport Watkins en 1968 et le rapport Gray en 1972, qui portaient tous deux sur les coûts engendrés par les mouvements importants de capitaux étrangers. Ces études ont, à leur tour, mené à l'adoption de mesures législatives visant à filtrer les investissements étrangers afin de s'assurer que les avantages l'emportent sur les coûts, notamment la *Loi sur l'examen de l'investissement étranger* de 1973, qui a été remplacée en 1985 par la moins restrictive *Loi sur Investissement Canada*.

(a) Qu'il soit ordonné au CRTC de reporter toutes les décisions concernant l'attribution de nouvelles licences de radiodiffusion lorsqu'il y a propriété croisée.

(b) Que les licences faisant intervenir la propriété croisée soient automatiquement renouvelées (c.-à-d. qu'elles fassent l'objet d'un renouvellement administratif) pour une période minimale de deux ans et une période maximale de trois ans.

C. Propriété étrangère

Sur le plan de la population et de l'économie, le Canada est relativement petit en regard des pays avec lesquels il a des liens historiques, politiques et géographiques. Même s'il a eu recours à des capitaux étrangers pour favoriser sa croissance, il s'est toujours inquiété des conséquences des mouvements de capitaux — et des liens économiques solides avec d'autres pays importants — sur sa souveraineté et son caractère distinct.

Compte tenu de leur proximité, les États-Unis ont toujours préoccupé certains décideurs canadiens. Par exemple, lors des élections de 1887 et 1891, sir John A. MacDonald a su exploiter la fibre patriotique des Canadiens et leur méfiance envers les États-Unis pour remporter la victoire. Au cours de cette période, la plupart des investissements étrangers au Canada provenaient du Royaume-Uni. Il s'agissait plus d'investissements de portefeuille que d'investissements directs, c'est-à-dire d'investissements en obligations plutôt qu'en capital, qui donnent un certain contrôle sur une entreprise.

Au cours des années 50, les États-Unis étaient la principale source d'investissement étranger au Canada, plus particulièrement sous forme de participation au capital. La crainte de perdre le contrôle de notre économie a donné lieu à plusieurs études, notamment le rapport Watkins en 1968 et le rapport Gray en 1972 qui portaient tous deux sur les coûts engendrés par les mouvements importants de capitaux étrangers. Ces études ont, à leur tour, mené à l'adoption de mesures législatives visant à filtrer les investissements étrangers afin de s'assurer que les avantages l'emportent sur les coûts, notamment la *Loi sur l'examen de l'investissement étranger* de 1973, qui a été remplacée en 1985 par la moins restrictive *Loi sur Investissement Canada*.

La *Loi sur l'examen de l'investissement étranger* et la *Loi sur Investissement Canada* traitaient toutes deux de l'investissement étranger en général. On considérait que certains domaines, notamment le secteur bancaire, étaient particulièrement susceptibles de souffrir des investissements et du contrôle étrangers. Ces domaines étaient régis par des restrictions précises en matière d'investissement étranger. Il n'est donc pas étonnant que les industries culturelles soient assujetties depuis longtemps à telles restrictions.

Depuis le milieu des années 60, les progrès technologiques et les modifications réglementaires ont aiguisé la concurrence dans le domaine des télécommunications qui, à son tour, a amené un certain questionnement au sujet des restrictions imposées sur la propriété étrangère dans les secteurs des télécommunications et de la radiodiffusion.

Ce que les témoins ont dit

Les témoins ont soulevé de nombreuses questions à propos de la propriété étrangère. Dans un premier temps, on a demandé s'il valait mieux conserver les restrictions ou les assouplir. Dans un deuxième temps, on a cherché à savoir qui était touché par ces changements. Devrait-on assouplir les restrictions sur la propriété tant pour les fournisseurs de contenu que pour les entreprises? Si les composantes sont traitées différemment, que devraient être les différences? La dernière question, qui était liée à la première, portait sur les moyens de conserver les politiques de radiodiffusion canadiennes, et surtout les politiques relatives au contenu canadien, avec la propriété étrangère.

Les discussions sur la propriété étrangère devant le Comité étaient parfois vives, dénotant des divergences d'opinion parmi les participants. De façon générale, les syndicats, les créateurs et les partisans de la radiodiffusion publique s'opposaient aux modifications apportées aux restrictions sur la propriété étrangère. Certains radiodiffuseurs et distributeurs étaient pour un maintien du contrôle canadien dans l'industrie, tout en estimant que l'on pourrait assouplir les restrictions actuelles afin de permettre un taux de participation étrangère maximum de 49 %.

La ministre du Patrimoine canadien a déclaré au Comité que ce sont les objectifs de la politique de la *Loi sur la radiodiffusion* qui comptent et non la réglementation y afférente. Voici ce qu'elle a affirmé :

> Les exigences relatives à la propriété étrangère visent à assurer une diversité des voix. Si nous pouvons atteindre cet objectif d'une autre façon, je ne crois pas qu'il soit nécessaire de nous presser à en faire l'examen, mais il faut tout de même nous pencher sur la question[41]

Mme Joie Warnock, Syndicat canadien des communications, de l'énergie et du papier, a fait l'une des déclarations les plus percutantes sur la nécessité de maintenir les limites relatives à la propriété étrangère de la radiodiffusion au Canada :

> Pour ce qui est de la question des intérêts étrangers, le fait même qu'on se penche sur la question dans le contexte du système de radiodiffusion canadien montre à quel point les forces de la mondialisation sont puissantes.
>
> L'orientation proposée par le petit groupe qui cherche à faire disparaître les restrictions relatives à la propriété étrangère va à l'encontre des objectifs fondamentaux de la *Loi sur la radiodiffusion*. Nous devons protéger notre souveraineté dans les derniers bastions de l'identité canadienne[42]

AOL-Time-Warner et les entreprises canadiennes de câblodistribution étaient au nombre des intervenants qui ont témoigné en faveur d'un assouplissement des restrictions sur la propriété étrangère. Les câblodistributeurs ont souligné la distinction entre les fournisseurs de contenu (les radiodiffuseurs) et les distributeurs (les EDR) et affirmé que les restrictions devraient être maintenues pour le premier groupe et assouplies pour le deuxième. AOL-Time-Warner (avec AOL Canada) a fait valoir le bien-fondé de l'assouplissement des restrictions sur la propriété dans son mémoire et lors de sa comparution devant le Comité :

> Le gouvernement canadien et le CRTC ont reconnu qu'il faut des entreprises canadiennes fortes et bien financées pour faire face à la concurrence sur un marché de la télédiffusion de plus en plus mondial. On constate un phénomène constant de consolidation parmi les entreprises de télédiffusion et dans les médias, et le Canada n'y fait pas exception. L'investissement étranger est indispensable pour que les Canadiens aient accès à une vaste gamme de points de vue[43]

L'Association canadienne des radiodiffuseurs a toutefois milité en faveur d'un contrôle canadien de la radiodiffusion, tout en suggérant que cela

pourrait permettre un assouplissement des restrictions actuelles et se traduire par un taux de participation étrangère maximum de 49 % :

> Nos membres ont diverses façons d'aborder la question de la propriété étrangère, comme vous le savez, et cela est attribuable en majeure partie aux stratégies de leur entreprise, aux stratégies de développement international de leur structure et ainsi de suite.
>
> À l'heure actuelle, il existe un consensus concernant le contrôle canadien majoritaire, et, dans le cas de la propriété étrangère, les opinions varient depuis le maintien du statu quo jusqu'à une propriété illimitée de 49 % liée à une libéralisation réciproque de règles correspondantes de l'autre pays[47].

Par contre, pour au moins un radiodiffuseur, l'assouplissement du niveau de participation maximum à 49 % n'était qu'une première étape pour réunir plus de capital pour l'industrie. Ce radiodiffuseur ne serait pas contrarié si la propriété étrangère s'élevait à 100 %, pourvu que les exigences relatives au contenu canadien demeurent en place et qu'elles s'appliquent à tous les radiodiffuseurs. M. Leonard Asper, CanWest Global Communications, a déclaré au Comité :

> Nous recommandons aux entreprises de réduire le pourcentage à 49 % en tant que mesure pratique lors de la première étape. Elles devraient aussi maintenir les règles en matière de contenu, s'assurer d'obtenir la réciprocité afin que nous puissions élargir le contenu jusqu'à leurs marchés et élargir leurs points de vente, ce qui permettra de rentabiliser la programmation canadienne, par exemple.
>
> La deuxième étape pourrait comprendre l'augmentation du pourcentage à 100 %. Peu importe, pourvu qu'il y ait une réglementation en matière de contenu[48].

Une autre raison invoquée pour assouplir les règles sur la propriété était le coût accru de l'investissement en capital canadien, que ce soit sous forme de placements par emprunt ou de placements en actions, souvent appelé le coût du capital. En effet, les limites actuelles sur la propriété étrangère dans le secteur de la radiodiffusion imposées aux États-Unis et dans d'autres pays peuvent restreindre ou mettre à rude épreuve la capacité des entreprises canadiennes d'établir des partenariats stratégiques. Comme l'expliquait M. Geoffrey Elliot de CanWest Global Communications :

> Les partenariats stratégiques exigent un niveau d'investissement suffisant pour garantir une participation à la direction et à l'orientation stratégique d'une entreprise, ce qui n'est pas la même chose que les investissements de portefeuille que les limites actuelles induisent généralement".

M. Elliot a poursuivi en déclarant que l'élimination complète des règles, bien que CanWest Global ne s'y objecte pas, n'était pas nécessaire et que le Canada ne devrait modifier ses règles que si d'autres pays en faisaient autant.

M. Matthew Fraser a abondé dans le même sens en affirmant que le modèle d'interfinancement en matière de radiodiffusion canadienne (c'est-à-dire les restrictions sur la propriété étrangère qui permettent aux radiodiffuseurs de réaliser des profits en montrant des émissions américaines afin d'être en mesure de produire et de montrer des émissions canadiennes non rentables) ne fonctionnait pas vraiment et qu'il était, à certains égards, paradoxal. Il a déclaré ce qui suit :

> Je soutiens que nous devons revoir le marché canadien et comprendre que le Canada fait maintenant partie d'un marché continental. La distinction entre le Canada avec son régime de réglementation distinct et les États-Unis en tant que territoire différent ne tient plus".

Un des principaux arguments d'ordre économique en faveur de la propriété étrangère est que celle-ci diminuerait le coût du capital pour les firmes canadiennes. Cet argument est revenu plusieurs fois. Si les restrictions sur la propriété étrangère étaient assouplies ou éliminées, le coût du capital chuterait pour les radiodiffuseurs visés ou, autrement dit, la valeur de leurs actifs pourrait s'accroître, de même que la valeur de leurs actions. Une question difficile, mais importante consiste à savoir de combien le coût du capital serait diminué si on levait les restrictions.

Un premier vice-président de Rogers Communications Inc., M. Dean MacDonald, qui a comparu devant le Comité avec l'Association canadienne de télévision par câble, a tenté d'esquisser une réponse à cette question :

> Le plus grand défi auquel fait face notre industrie est celui que posent les importantes dépenses d'infrastructure nécessaires pour maintenir notre avantage concurrentiel. Il est impératif de trouver de nouvelles façons d'avoir accès au capital requis pour poursuivre

> nos investissements en matière de technologie de pointe, et pour maintenir notre position de chef de file mondial des communications, et non seulement de chef de file de notre industrie mais aussi notre rôle de chef de file au pays[70].

Puis, il a fait remarquer que :

> les abonnés des entreprises de câblodistribution aux États-Unis sont en moyenne évalués à environ 2 000 $ de plus que les entreprises canadiennes. Cette évaluation supérieure va de pair évidemment avec une capacité plus grande d'exercer des investissements en capital. Les entreprises canadiennes sont nettement défavorisées comparativement aux entreprises américaines. Par conséquent, si nous voulons poursuivre nos investissements au niveau des infrastructures, il nous faut accéder au capital selon des conditions plus favorables[71].

Par contre, comme l'expliquait M. Richard Paradis, président de l'Association canadienne des distributeurs et exportateurs de films :

> je voudrais souligner la faible crédibilité de l'argument voulant que les entreprises canadiennes aient un besoin pressant de capitalisation étrangère afin d'assurer leur croissance, capitalisation qui ne pourrait être obtenue sans l'abandon des exigences de propriété canadienne. Depuis quelques années, un nombre considérable de transactions de grande envergure sont survenues dans le secteur canadien des communications, de la radiodiffusion et des médias en général. Or, toutes les entreprises canadiennes impliquées dans ces transactions ont réussi à trouver aisément les milliards de dollars nécessaires au financement de celles-ci. De plus, la majorité d'entre elles ont obtenu ce financement entièrement au Canada sans même se prévaloir du niveau de propriété étrangère déjà autorisé, soit de 33,33 % pour les sociétés mères et de 20 % pour les titulaires de licences[72].

On trouve un autre exemple de cette opinion dans une entrevue que le nouveau président du CRTC, M. Charles Dalfen, a accordée à la presse en juillet 2002. M. Dalfen a laissé entendre que la réglementation sur la propriété étrangère en télécommunications et en radiodiffusion n'a pas besoin d'être modifiée étant donné que les restrictions actuelles ne limitent pas la croissance économique dans ces secteurs. Il a fait valoir ce qui suit :

> J'ai travaillé à plusieurs de ces dossiers dans le secteur privé. J'ai rarement, sinon jamais, vu des affaires échouer à cause d'un manque

> de capital étranger. Elles étaient dictées par des plans d'activités, et dans la mesure où le plan d'activités avait du sens, le capital était disponible[1].

Comme il a été mentionné, les entreprises de câblodistribution ont établi la distinction entre les restrictions relatives à la propriété étrangère pour les entreprises de télécommunications et celles pour les fournisseurs de contenu. Allant dans le même sens, vient l'allégation que ce sont les fournisseurs de contenu qui ont une responsabilité de protection à l'égard de la culture canadienne et, en raison de cette position, les restrictions relatives à la propriété étrangère devraient être conservées pour eux. Les entreprises de télécommunications, qui ne font qu'acheminer les chaînes ou la programmation autorisées quelles qu'elles soient, n'ont pas besoin de ces restrictions. Plusieurs témoins ont accepté la possibilité d'avoir des restrictions différentes pour les deux segments de l'industrie de la radiodiffusion. Par exemple, l'Association de l'industrie du film de l'Alberta a fait observer ce qui suit :

> si la distribution est prise en considération, la participation canadienne n'est pas un problème. Si, toutefois, ce sont les opérations de radiodiffusion qui sont prises en compte, alors c'est clair qu'il faut que les Canadiens possèdent les intérêts majoritaires et les contrôlent.
>
> Si une entreprise disposait des deux, il faudrait qu'elle les sépare et seule la distribution pourrait détenir une plus grande part d'investissements étrangers, alors que les Canadiens devraient participer majoritairement aux opérations de radiodiffusion et les contrôler. Je suis d'avis que cette division est logique. Peu importe qui a le pouvoir et comment l'émission est distribuée, ce qui compte, c'est la nature de l'émission. Cependant, nous devons nous assurer qu'ils ne s'approprient pas du contenu de quelque façon que ce soit. Aussi longtemps que le contenu reste de notre côté, tout ira pour le mieux[2].

Cependant, les Entreprises Bell Canada (BCE), qui sont propriétaires des radiodiffuseurs conventionnels, de chaînes spécialisées et du diffuseur par satellite Bell ExpressVu, étaient en désaccord, et ont préconisé le maintien des restrictions relatives à la propriété étrangère pour les deux parties de l'industrie canadienne de la radiodiffusion :

> BCE croit qu'il demeure nécessaire que ce soit des Canadiens qui contrôlent les entreprises de radiodiffusion, tant au niveau de la

programmation que de la distribution. Il est une politique fondamentale et de longue date au Canada que la propriété et le contrôle du système canadien de radiodiffusion soient entre les mains des Canadiens.

BCE croit aussi que les entreprises de câblodistribution, tout comme celles de radiodiffusion par satellite, sont correctement définies comme étant des « entreprises de radiodiffusion » en vertu de la *Loi sur la radiodiffusion*, plutôt que des "entreprises de télécommunications". Il y a une différence fondamentale entre les deux activités.

... nous exploitons des entreprises de distribution de radiodiffusion, qui font concurrence aux services de câblodistribution et services câblés. [...] nous prenons des décisions différentes de celles des entreprises de télécommunications du genre "common carrier". Nous faisons des choix qui influent considérablement sur ce que les Canadiens peuvent voir et entendre.

Nous estimons aussi que si des gens de New York ou de Los Angeles les faisaient à notre place, ils feraient probablement affaire avec des gens qu'ils connaissent sur les plans professionnel et personnel. Entre connaissances, les gens se rendent service et se renvoient l'ascenseur et préfèrent rester entre eux pour faire des affaires. On imagine sans peine qu'un Canadien de St. John's, Toronto ou Vancouver ne serait même pas reçu pour présenter une proposition à une chaîne spécialisée".

Une des questions importantes dans le débat sur la propriété étrangère est celle de savoir si les politiques canadiennes sur la radiodiffusion, en particulier les exigences relatives au contenu canadien, pourraient être conservées et appliquées dans un système canadien dominé par des investisseurs étrangers. L'Association canadienne de télévision par câble (ACTC) a fait valoir que toute loi ou tout règlement canadien, serait quand même pleinement en vigueur. La présidente de l'ACTC, Mme Janet Yale, a indiqué qu'il était alarmiste de suggérer que des entreprises sous contrôle étranger ignoreraient les politiques canadiennes :

J'aimerais faire l'analogie avec différents types de multinationales qui décident d'exercer des activités au Canada ou ailleurs dans le monde. Personne ne laisse entendre que, lorsque General Motors établit une fabrique de voitures au Canada, il est moins probable que l'entreprise se conforme aux lois nationales, qu'il s'agisse de fiscalité, d'emploi, d'environnement, peu importe. C'est un fait que

> la condition pour faire des affaires au pays est la conformité aux lois nationales.
>
> Je crois que cela est aussi vrai des entreprises de câblodistribution. Nos sociétés acheminent une programmation, et c'est le CRTC qui détermine les chaînes que nous sommes obligés de diffuser. Pourquoi croirait-on qu'une entreprise de câblodistribution dont les propriétaires ne sont pas Canadiens ne se conformerait pas aux lois du Canada en matière d'obligation de diffusion, de la même façon qu'il se conforme aux autres types de lois? Lorsque l'on parle de contenu canadien, il faut se dire que les câblodistributeurs sont des fournisseurs de programmation, et les propriétaires d'une entreprise de câblodistribution, quels qu'ils soient, sont tenus de se conformer aux lois du pays en matière d'exigences de diffusion.
>
> Cela dit, nous établissons une distinction bien précise entre les entreprises de distribution et les entreprises créatrices de contenu. Du côté du contenu, nous appuyons l'idée que ces entreprises devraient être sous le contrôle intégral ou majoritaire de Canadiens[10].

M. Peter Murdoch, Syndicat canadien des communications, de l'énergie et du papier, a toutefois avisé le Comité que le fait de déplacer les responsabilités de l'administration centrale à l'extérieur du Canada mènerait tôt ou tard à un affaiblissement des politiques canadiennes en radiodiffusion.

> Le simple fait de déménager des administrations centrales à l'extérieur de notre frontière nationale nous ferait perdre diverses fonctions relevant de ces administrations centrales, entre autres les décisions, la recherche, la réaction aux politiques culturelles, les compétences en gestion de la radiodiffusion, etc.[11]

Un fonctionnaire du ministère du Patrimoine canadien a également reconnu que des problèmes pourraient résulter de la propriété étrangère en radiodiffusion, mais il les percevait plutôt comme des défis et, à l'instar de son ministre, il demeurait ouvert à cette question :

> Il existe toutes sortes de réglementations sur la distribution conçues pour gérer l'incidence d'une politique culturelle. Par exemple, les diffuseurs doivent inclure une chaîne autochtone dans leur attribution de canaux. Ils doivent inclure des chaînes dans la langue officielle minoritaire, et il y a d'autres règles. Il est déjà suffisamment difficile de réglementer les radiodiffuseurs canadiens. Le fait de réglementer des radiodiffuseurs étrangers et de leur imposer les

mêmes conditions, présentera fort probablement un tout nouveau défi, mais comme l'a dit la ministre, ce qui compte au bout du compte c'est la façon d'agir de ces diffuseurs. Que font-ils vraiment? Je crois qu'elle a dit que s'il y avait d'autres modèles disponibles ou d'autres façons de faire les choses, nous serions évidemment responsables de leur analyse".

Solutions proposées

Même si des conglomérats américains comme AOL-Time-Warner et d'importantes entreprises de câblodistribution et de télécommunications telles que Rogers souhaitent que les plafonds imposés à la propriété étrangère soient relevés voire levés complètement, le Comité estime qu'un faux pas à cet égard causerait un tort irréparable au système canadien. Une fois ce pas franchi, il ne pourra y avoir de retour en arrière. Pour cette raison, le Comité est d'avis que l'on se trompe lourdement si l'on croit que les restrictions imposées à la propriété peuvent être levées dans le secteur des télécommunications sans vraiment nuire au contenu de la radiodiffusion.

De plus, à l'exception des grandes entreprises de distribution et de quelques témoins qui ont pris la parole à titre personnel, les témoignages sur cette question étaient pratiquement tous en faveur du maintien du contrôle canadien. Il importe de souligner que le Canada se trouve dans une position tout à fait unique du fait de sa proximité, à la fois culturelle et géographique, avec les principaux producteurs de radiodiffusion du monde. On peut raisonnablement supposer que les radiodiffuseurs canadiens représenteraient une cible de choix pour la mainmise et l'intégration au marché médiatique nord-américain et que la politique mise en place pour assurer une présence canadienne sur les ondes serait peu de temps après la cible d'attaques.

Le Comité est donc convaincu que les règles actuelles visant la propriété étrangère devraient être maintenues étant donné que les plafonds sont suffisamment élevés pour favoriser une entrée de capitaux étrangers sans pour autant céder de contrôle canadien. Ce que veulent les investisseurs, c'est de placer leurs fonds dans des entreprises viables, pas forcément d'exploiter celles-ci. Les règles actuelles permettent une propriété étrangère pouvant atteindre 46,7 % dans le cas d'une société de portefeuille propriétaire d'entreprises de radiodiffusion ou de télécommunication (comme Rogers ou BCE). Cette limite n'a jamais été atteinte jusqu'ici. Bref,

il y a déjà de la place pour accepter de nouveaux investissements étrangers tout en maintenant le cap en ce qui concerne la propriété et le contrôle majoritaires canadiens.

Le Comité fait remarquer que, parallèlement à son étude, le Comité permanent de l'industrie a déposé une étude sur la question de la propriété étrangère dans les télécommunications canadiennes le 28 avril 2003. La principale recommandation énoncée dans le rapport à cet égard est la suivante :

> Que le gouvernement canadien élabore toutes les modifications législatives nécessaires afin d'éliminer complètement les exigences minimales actuelles en matière de propriété canadienne, y compris l'exigence à laquelle sont assujetties les entreprises de télécommunication au chapitre du contrôle canadien[7].

Le Comité de l'industrie recommande également que les « entreprises de distribution de radiodiffusion soient assujetties aux mêmes exigences » que les entreprises de télécommunication[8].

Le Comité du patrimoine est en profond désaccord avec ces recommandations du Comité de l'industrie concernant la propriété étrangère. Les principaux arguments du Comité de l'industrie sont d'ordre économique. Celui-ci soutient qu'un accès plus large à l'investissement étranger stimulera la concurrence dans les télécommunications, ce qui servira les intérêts des consommateurs. Comme M. Michael MacMillan, président et directeur général, Alliance Atlantis Communications Inc., l'a déclaré au Comité permanent du patrimoine canadien au sujet de la propriété dans le domaine de la radiodiffusion :

> [Elle] a une importance qui dépasse celle de la plupart des autres produits. C'est plus qu'un produit, c'est une influence culturelle, et c'est la raison pour laquelle nous en parlons aujourd'hui et que nous ne parlons pas de tasses ou de soucoupes, de plumes ou de crayons. L'identité du propriétaire a une influence considérable, à mon avis, sur ce qui est produit et pourquoi[9].

Le Comité abonde dans ce sens et il considère que les recommandations du Comité de l'industrie représentent une solution simpliste à un ensemble d'enjeux complexes. Dans son rapport, le Comité de l'industrie oublie notamment que plusieurs politiques et enjeux culturels sont au cœur de cette question. Comme on l'a vu dans la première partie de ce chapitre, la

concentration des médias au Canada comporte des enjeux importants qu'on ne saurait écarter du revers de la main. Par exemple, lors d'une discussion sur l'incidence de l'intégration verticale sur le journalisme, M. Marc-François Bernier a déclaré :

> La culture journalistique a aussi beaucoup de tares et de défauts notamment dans son manque de rigueur ou son manque d'équité [...] Donc, il ne faut pas tout mettre sur le dos de la convergence et de la concentration, mais ces phénomènes-là ajoutent au risque qui existe déjà ou qui pèse sur la qualité de l'information[47]

Par conséquent, « une des hypothèses à envisager, c'est qu'à long terme, cela va nuire à la légitimité sociale du journalisme et à sa crédibilité »[48].

Quant à l'assouplissement des règles relatives à la propriété étrangère, le Comité a plusieurs réserves. Par exemple, si l'on s'inquiète de la concentration des médias appartenant à des Canadiens, il nous paraît logique de s'inquiéter de toute concentration excessive de médias canadiens appartenant à des sociétés étrangères. À ce sujet, Mme Anne-Marie Des Roches a déclaré au Comité :

> Il y a, à cet égard, un danger flagrant de glissement. Si on ouvre le domaine de la téléphonie, à mon avis, d'ici sept ans environ, soit la durée d'une licence du CRTC, tout va nous échapper. Il faut dire que la pression n'est pas engendrée seulement par les capitaux étrangers, elle vient aussi de tous les accords de libre-échange et, à ce sujet, aucun engagement ferme n'a encore été pris[49].

En outre, si les règles de propriété devaient être changées, les créateurs canadiens seraient-ils assurés d'avoir le même accès aux marchés canadiens qu'aujourd'hui? Enfin, qu'arriverait-il des programmes de subventions si les entreprises à propriété canadienne n'exploitaient plus de réseaux nationaux au Canada? Les succès actuels de la programmation française, par exemple, se poursuivraient-ils? Comme M. Alain Gourd l'a dit au Comité :

> Pour ce qui est de la programmation télévisuelle [...] si la politique d'acquisition des contenus se décide à Los Angeles, est-il plus facile de vendre des contenus canadiens-français à Los Angeles ou à Montréal? Certains peuvent dire qu'il y a une réglementation du CRTC qui dit qu'il faut qu'il y ait un minimum de 60 % dans l'ensemble de la grille et de 50 % en temps primé [...] Si, soudainement, TVA et TQS étaient contrôlées par des intérêts

> étrangers anglophones, comme des intérêts américains, n'y aurait-il pas une tentation, de la part des propriétaires américains, de réduire la quantité du contenu québécois au strict minimum pour insérer des produits américains traduits en français? Personnellement, je crois qu'oui[65].

Quant au marché de langue anglaise, M. Bernard Courtois a évoqué le scénario suivant :

> Prenons la diversité des points de vue exprimés au Canada quand il est question de contenu et de marchés. Si Time Warner ou AT&T Broadband achète des compagnies de câblodiffusion canadienne, ou si CBS, NBC et ABC s'implantent au Canada, on aura un marché nord-américain. Ce secteur d'activité permet d'importantes économies d'échelle, et le nombre des sources d'information va diminuer. Quand on parle de diversité de points de vue, on parle de diversité des sources[66].

De même, Mme Megan Williams, directrice nationale de la Conférence canadienne des arts a déclaré au Comité :

> ... certains soutiennent que l'auteur ou le diffuseur d'une émission importe peu tant qu'il respecte le contenu canadien, mais nous ne partageons pas cet avis. [...] Les choix artistiques dans la création d'un disque, d'un long métrage, d'une émission de radio, d'un documentaire télévisé ou d'un drame subissent évidemment des influences mondiales, mais ces influences sont filtrées grâce aux sensibilités des artistes et des producteurs canadiens. De même, la programmation devrait être fonction de ce qui attire les spectateurs canadiens et non pas en fonction d'un auditoire international. Le téléspectateur canadien doit être le souci principal de la programmation[67].

Autre problème, si les règles de la propriété sont assouplies pour permettre tout investissement étranger, cela impliquera une réforme des organismes de réglementation et des mesures de soutien du gouvernement, car comme le professeur Matthew Fraser l'a rappelé au Comité, contrairement aux États-Unis où :

> le ministère de la Justice et les responsables de la législation anti-trust s'emploient avec beaucoup de ferveur à surveiller les déficiences du marché, comme l'intégration verticale ou la domination excessive. Au Canada [...] nous n'avons pas cette tradition. Nous n'avons pas cette même ardeur institutionnelle.

> Nous n'avons pas de lois qui donnent à nos institutions le pouvoir de véritablement s'attaquer aux déficiences du marché[68].

Par conséquent, compte tenu des témoignages entendus dans le cadre de l'étude du Comité sur le système canadien de radiodiffusion au sujet de la convergence des entreprises et de la technologie, il est convaincu que tout assouplissement des règles actuelles concernant la propriété étrangère dans le secteur des télécommunications pourrait avoir une incidence négative sur le système canadien de radiodiffusion. Pour cette raison :

RECOMMANDATION 11.5 :

Le Comité recommande que les restrictions actuelles relatives à la propriété étrangère dans le secteur de la radiodiffusion et des télécommunications soient maintenues aux niveaux actuels.

Notes en fin de chapitre

1 Dans le cadre de son étude du système canadien de radiodiffusion, le Comité a tenu une série de réunions d'experts concernant la propriété croisée et étrangère à l'automne 2002. Pour prendre connaissance des paramètres de ces audiences, voir l'annexe 12.

2 Rapport du Groupe de travail sur la politique de la radiodiffusion (Caplan-Sauvageau). Ministre des Approvisionnements et Services Canada, Ottawa, 1986, p. 697.

3 *Ibid.*

4 *Ibid.*

5 *Ibid.*, p. 687.

6 Avis public CRTC 1999-97.

7 *Ibid.*

8 Gouvernement du Canada, *Politique sur la convergence*, 6 août 1996, www.strategis.ic.gc.ca.

9 *Ibid.*

10 *Ibid.*

11 La 1re section des Instructions donne les définitions pertinentes. En résumé, pour être canadienne, une société doit être une « personne morale qualifiée ». Le texte intégral de ces Instructions figure à l'Annexe 13.

12 Il vaut la peine de mentionner une exception à l'exclusion des non-Canadiens quant à la possession d'une licence de radiodiffusion. Il y a deux entreprises de télécommunications (BC Tel et Québec-Téléphone) dont plus de 50 % des actions ordinaires sont détenues de longue date par des étrangers. La *Loi sur les télécommunications* reconnaît leur situation particulière, et ces entreprises ont été maintenues en vertu des exigences relatives à la propriété canadienne. Par surcroît, les Instructions au CRTC (*inadmissibilité de non-Canadiens*) émises en 1997 comportent une définition de l' « ayant droit qualifié » qui a eu pour effet de d'adapter le statut particulier des deux entreprises de télécommunications au domaine de la radiodiffusion. Une entreprise de câblodistribution a contesté cet élément des Instructions devant les tribunaux. La décision de *Rogers Communications Inc. v Canada (Attorney General)* (1998), 145 F.T.R. 79 (F.C.T.D.) a établi la distinction entre les entreprises individuelles du domaine de la radiodiffusion et le système de radiodiffusion dans son ensemble : « Avoir deux entreprises qui ne sont pas "effectivement" la propriété des Canadiens et sous leur contrôle", parmi les milliers de sociétés concernées dans l'industrie, n'altère en rien le caractère et le contrôle canadiens du système dans l'ensemble. »

> Nous n'avons pas de lois qui donnent à nos institutions le pouvoir de véritablement s'attaquer aux déficiences du marché.

Par conséquent, compte tenu des témoignages entendus dans le cadre de l'étude du Comité sur le système canadien de radiodiffusion au sujet de la convergence des entreprises et de la technologie, il est convaincu que tout assouplissement des règles actuelles concernant la propriété étrangère dans le secteur des télécommunications pourrait avoir une incidence négative sur le système canadien de radiodiffusion. Pour cette raison,

RECOMMANDATION 11.5 :

Le Comité recommande que les restrictions actuelles relatives à la propriété étrangère dans le secteur de la radiodiffusion et des télécommunications soient maintenues aux niveaux actuels.

Notes en fin de chapitre

1. Dans le cadre de son étude du système canadien de radiodiffusion, le Comité a tenu une série de réunions d'experts concernant la propriété croisée et étrangère à l'automne 2002. Pour prendre connaissance des paramètres de ces audiences, voir l'annexe 12.
2. Rapport du Groupe de travail sur la politique de la radiodiffusion (Caplan-Sauvageau), Ministre des Approvisionnements et Services Canada, Ottawa, 1986, p. 697.
3. *Ibid.*
4. *Ibid.*
5. *Ibid.*, p. 687.
6. Avis public CRTC 1999-97.
7. *Ibid.*
8. Gouvernement du Canada, *Politique sur la convergence*, 6 août 1996, www.strategis.ic.gc.ca
9. *Ibid.*
10. *Ibid.*
11. La 1re section des Instructions donne les définitions pertinentes. En résumé, pour être canadienne, une société doit être une « personne morale qualifiée ». Le texte intégral de ces Instructions figure à l'Annexe 13.
12. Il vaut la peine de mentionner une exception à l'exclusion des non-Canadiens quant à la possession d'une licence de radiodiffusion. Il y a deux entreprises de télécommunications, BC Tel et Quebec Téléphone, dont plus de 50 % des actions ordinaires sont détenues de longue date par des étrangers. La *Loi sur les télécommunications* reconnaît leur situation particulière, et ces entreprises ont été maintenues, en vertu des exigences relatives à la propriété canadienne. Par surcroît, les Instructions au CRTC (*Indépendance de non-Canadiens*) émises en 1997 comportent une définition de l'« ayant droit qualifié » qui a eu pour effet de d'adapter le statut particulier des deux entreprises de télécommunications au domaine de la radiodiffusion. Une entreprise de câblodistribution a contesté cet élément des Instructions devant les tribunaux. La décision de *Rogers Communications Inc. et Canada (Attorney General)*, 1998, 145 F.T.R. 79 (F.C.T.D.), a établi la distinction entre les entreprises individuelles du domaine de la radiodiffusion et le système de radiodiffusion dans son ensemble.

Avoir deux entreprises qui ne sont pas, effectivement, la propriété des Canadiens et sous leur contrôle, parmi les milliers de sociétés concernées dans l'industrie, n'altère en rien le caractère et le contrôle canadiens du système dans l'ensemble.

13 Konrad von Finckenstein. Réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, 22 mai 2002.
14 Centre d'études sur les médias. *La propriété des médias au Canada*, rapport présenté au Comité permanent du patrimoine canadien, 5 février 2003, p. 9.
15 ACPFT (en collaboration avec PwC Conseil). *L'industrie canadienne de la production cinématographique et télévisuelle — Profil 2002*, février 2002, p. 6.
16 Janet Yale. Association canadienne de télévision par câble. Réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, 19 février 2002.
17 Cette figure dépeint la situation au 23 octobre 2002. Les renseignements peuvent avoir changé depuis. L'annexe 14 comprend une figure beaucoup plus détaillée qui résume les actifs de ces groupes.
18 Centre d'études sur les médias, p. 6.
19 *Ibid.*, p. 7.
20 *Ibid.*
21 Réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, 26 novembre 2002.
22 Réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, 3 décembre 2002.
23 Centre d'études sur les médias, p. 95.
24 *Ibid.*
25 Réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, 26 novembre 2002.
26 *Ibid.*
27 *Ibid.*
28 *Ibid.*
29 *Ibid.*
30 Réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, 5 décembre 2002.
31 *Ibid.*
32 Réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, 26 novembre 2002.
33 Réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, 5 décembre 2002.
34 Réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, 26 novembre 2002.
35 *Ibid.*
36 Réunion du Comité permanent du Patrimoine canadien, 19 février 2002.
37 Réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, 21 novembre 2002.
38 Centre d'études sur les médias, p. 112.
39 Rapport de la Commission royale sur les quotidiens (Commission Kent). Éditions du gouvernement du Canada, 1981.
40 Centre d'études sur les médias, p. 104.
41 *Ibid.*, p. 106.
42 *Ibid.*
43 Réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, 8 novembre 2001.
44 Réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, 25 février 2002.
45 Casey Anderson, AOL Time Warner/AOL Canada, réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, 12 mars 2002.
46 Glenn O'Farrell, président, Association canadienne des radiodiffuseurs, réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, 21 mars 2002.
47 Réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, 1er mars 2002.
48 Réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, 26 novembre 2002.
49 *Ibid.*
50 Réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, 19 février 2002.
51 *Ibid.*
52 Réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, 16 avril 2002.
53 Ian Jack. « Foreign Ownership Rules Don't Need Review, Dalten », *The National Post*, 29 juillet 2002.
54 Nic Wry. Réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, 27 février 2002.
55 Bernard Courtois. Réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, 26 novembre 2002.
56 Réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, 19 février 2002.
57 Réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, 25 février 2002.
58 Michael Wernick. Réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, 20 novembre 2002.
59 *Ouverture sur le monde pour les communications canadiennes*, rapport du Comité permanent de l'industrie, des sciences et de la technologie, Chambre des communes, Ottawa, 2003, p. 41.
60 *Ibid.*, p. 59.

61 Réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, 4 décembre 2002.
62 Réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, 26 novembre 2002.
63 *Ibid.*
64 Réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, 3 décembre 2002.
65 Réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, 26 novembre 2002.
66 *Ibid.*
67 Réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, 10 décembre 2002.
68 Réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, 26 novembre 2002.

MAINTIEN D'UN SYSTÈME UNIQUE

Chapitre 12

La transition au mode numérique

La meilleure façon d'illustrer le changement radical survenu dans l'industrie de la radiodiffusion est de comparer ce qu'elle était en 1991, au moment où la *Loi sur la radiodiffusion* entrait en vigueur, à ce qu'elle est devenue. À l'époque, on ne comptait au Canada que 14 services spécialisés et 4 services payants, tous en mode analogique. Les diffuseurs de télévision par câble n'avaient aucun compétiteur autorisé, l'apparition du décodeur numérique attendrait encore de nombreuses années et personne n'avait jamais entendu parler d'Internet.

Une décennie plus tard, la compétition est florissante dans les secteurs de la distribution de la radiodiffusion et des services de programmation. ... les entreprises de distribution par satellite au Canada comptent 1,7 millions d'abonnés sur un total de 2,8 millions, soit plus de 60 % de la clientèle de la télévision numérique. De plus, des centaines de services numériques sont désormais autorisés et la télévision interactive sera bientôt une réalité. Internet occupe une place énorme dans nos vies et la Canadienne ou le Canadien moyen passe en moyenne 12 heures par semaine en ligne.

> *Janet Yale, présidente et directrice générale de l'Association canadienne de télévision par câble, réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, 19 février 2002.*

Les radiodiffuseurs et distributeurs canadiens ont été confrontés à de nombreux défis au cours des deux dernières décennies en raison de l'introduction de nouveaux services de programmation et de la dynamique sous-jacente au morcellement de l'auditoire. Dans les années à venir, ces défis seront encore amplifiés par la révolution numérique, c'est-à-dire par la transition des technologies analogiques aux technologies numériques.

Il est difficile de trouver un seul aspect de la vie humaine qui n'ait pas subi les effets de l'introduction et de l'utilisation des technologies numériques dans les pays développés. Il suffit de penser à la popularité des ordinateurs personnels, à Internet, aux systèmes d'orientation géographique, aux services de télésanté, à la formation à distance, aux systèmes de stockage juste à temps, à la robotique, aux systèmes d'imagerie et au magnétoscope pour avoir une idée des services qui n'existaient pas il y a 40 ans.

La radiodiffusion n'a pas été (et ne peut pas être) épargnée par la révolution numérique. L'introduction du service de diffusion directe par satellite en constitue le meilleur exemple. D'une part, même les Canadiennes et les Canadiens qui vivent dans des régions peu accessibles peuvent profiter des services offerts à la population des grandes villes. D'autre part, cette réalité est aussi à l'origine de difficultés qu'éprouvent certains individus ou certains groupes, en particulier ceux qui sont davantage axés sur la création au niveau communautaire, local ou régional[1].

La prestation de la télévision par satellite ne constitue toutefois qu'un exemple parmi d'autres de l'utilisation possible et future des technologies numériques. Dans son mémoire au Comité, l'Association canadienne des radiodiffuseurs (ACR) a décrit le processus mis en branle comme une « transition au numérique » et a fait valoir que le « système de radiotélédiffusion canadien est sur le point d'entamer l'étape la plus déterminante de son évolution »[2].

Cette évolution va se poursuivre au cours des 10 ou 20 prochaines années et va mettre énormément de pression sur le système canadien de radiodiffusion, cela pour de nombreuses raisons. Deux des plus importantes se rapportent au coût de la transition et aux défis qu'elle entraînera pour l'administration et la gestion du système (p. ex., les directives, la réglementation, les programmes et les mécanismes d'imputabilité mis en place). Ce chapitre décrit et examine ces défis et fait un certain nombre de recommandations qui, selon le Comité, sont de nature à faciliter cette transition.

A. Renseignements généraux

Le 29 octobre 1995, le CRTC rendait publique sa politique visant à régir l'arrivée de la radio numérique. Sept ans plus tard, le 12 juin 2002, le

Conseil annonçait sa politique sur l'octroi des licences dans le but d'encadrer la transition du mode analogique au mode numérique de la radiodiffusion en direct. Peu de temps après, soit le 16 août 2002, le Conseil lançait un « appel d'observations » sur l'établissement de règles pour les services spécialisés offerts par les entreprises de câblodistribution entièrement numérique[1].

Armé de ces déclarations diverses, le CRTC a amorcé la transition du Canada de la radiodiffusion analogique à la radiodiffusion numérique. De nombreux témoins ont déclaré au Comité qu'ils entamaient une période de transition où les nouveaux appareils et services numériques se disputeront la faveur de l'auditoire et de l'industrie. Au cours des prochaines années, les transitions les plus notables seront :

- Radio : le passage du mode analogique (AM et FM) au mode de radiodiffusion audionumérique (RAN);
- Télévision : le passage de la télévision analogique à la télévision numérique terrestre, y compris la télévision haute définition (TVHD);
- Services de télévision spécialisés et payants : le lancement de douzaines de nouvelles chaînes numériques; le déploiement de la programmation interactive; la possibilité de faire migrer les chaînes analogiques en place vers la plate-forme numérique;
- Entreprises de distribution de radiodiffusion : le passage à la transmission numérique par l'entremise des compagnies de câblodistribution.

Des témoins ont également affirmé au Comité que le passage à la transmission numérique des services de radiodiffusion est dicté par plusieurs considérations clés, notamment : des signaux de meilleure qualité, une utilisation plus efficace de la capacité de transmission et la nécessité de renouveler et d'élargir les sources de revenus.

Mais la transition au numérique n'a rien à voir avec les changements technologiques observés dans le passé. Comme l'a fait remarquer l'Association canadienne des radiodiffuseurs dans son mémoire :

> ... [Les] changements relativement simples [...] se produisaient hier, comme la transition de la télévision blanc et noir à la télévision en couleur ou celle de la radio AM à la radio FM [:] un seul

> changement majeur se produisait normalement à la fois au sein d'une industrie à un moment donné [...][4]

En revanche, dans le cas présent, tous ces changements surviendront en même temps sans qu'on ait réellement pu s'entendre sur les normes applicables[5].

Dans son mémoire au Comité, la Société Radio-Canada ajoute :

> La numérisation en cours des installations de production et de diffusion des diffuseurs nord-américains est l'un des changements technologiques qui a eu et aura la plus importante incidence sur le milieu canadien de la radiodiffusion. À l'avenir, la numérisation des infrastructures de communication et de radiodiffusion perfectionnera encore davantage les techniques de production des diffuseurs et rehaussera leur capacité à offrir une programmation aux auditoires de la télévision et de la radio[6].

Les paragraphes suivants résument les commentaires présentés au Comité sur la transition au numérique.

B. Ce que les témoins ont dit

Pourquoi le numérique?

Plusieurs témoins ont expliqué au Comité les motifs de la transition aux technologies numériques. M. Duff Roman, président de Digital Radio Roll-Out Inc., a exposé dans ses grandes lignes les avantages de la transition pour la radio de la façon suivante :

> « La technologie radio numérique améliorera radicalement la qualité et la fiabilité des transmissions radio. Et ce qui est encore mieux, la nouvelle technologie permettra d'aller au-delà de la transmission de la programmation radio traditionnelle par le biais de meilleures données associées au programme et facilitera l'émergence, dans le secteur multimédia, de la radio assortie à des données à valeur ajoutée non associées au programme.
>
> Les services de données associées au programme, ou DAP, peuvent fournir le titre des chansons, le nom des artistes, le numéro des disques audionumériques, des occasions de cybercommerce qui permettraient aux auditrices et aux auditeurs de se procurer le disque

par le biais d'un système de diffusion ou même en le téléchargeant directement, et toutes les données alphanumériques se rapportant à la programmation quotidienne d'une station de radiodiffusion.

Les données non associées au programme comprennent des services de données spécialisées, entre autres le couponnage électronique, des systèmes d'assistance routière tels que On-Star de GM ou des systèmes de guidage perfectionnés[7].

M. Roman a également décrit comment la radio numérique permettra aux programmeurs de procurer aux auditoires un contenu à valeur ajoutée :

Par exemple, à l'occasion d'un débat à la SRC, l'écran alphanumérique vous permettra d'être informé à tout moment de l'objet du débat, de l'identité de l'invité, du numéro de téléphone à composer sur une ligne ouverte, du sujet du jour. Il peut aussi vous procurer des renseignements sur les différentes façons de participer au débat à partir des différentes régions du Canada. Cet écran possède un très grand nombre d'applications.

Quant à notre auditoire, il est souvent très irritant pour lui de ne pas savoir le titre de la chanson qui tourne. Le titre des chansons et le nom des artistes peuvent se succéder en alternance à l'écran. De plus, la biographie de l'artiste peut défiler sous forme d'une chaîne alphanumérique. Il est possible d'améliorer le contenu canadien grâce à des services plus complets.

En ce qui concerne l'amélioration de la programmation régulière, les avantages sont clairs. Puis, étant donné que le format est numérique, il est possible d'interagir à l'aide d'un téléphone cellulaire. En d'autres termes, vous pouvez boucler la boucle. La radio numérique ne permet pas la retransmission, mais il est possible de boucler la boucle interactive à l'aide d'un téléphone cellulaire.

Par exemple, vous pourriez organiser un référendum, vous pourriez offrir des tribunes téléphoniques pour débattre de différents sujets. Vous pourriez, par exemple, négocier le téléchargement de musique. Il faudrait apporter certaines modifications aux droits d'auteur, mais puisque nous sommes sans doute les plus grands amateurs de talents canadiens, nous, présentateurs de la radio qui faisons jouer leur musique, nous serions vraiment ravis de pouvoir satisfaire nos auditrices et auditeurs qui désirent se procurer un morceau de musique pratiquement sur-le-champ, par téléchargement numérique. La radio numérique possède ces capacités. C'est un système à large bande, qui faciliterait ce processus[8].

Tout comme pour la télévision, les avantages des signaux numériques ont été décrits par le M. Metin Akgun, vice-président, Recherche sur les technologies de radiodiffusion, Centre de recherche sur les communications Canada, de la façon suivante :

> Les technologies numériques se traduisent en fait par une meilleure qualité du son et de la vidéo. [...] Elles permettent plus de souplesse quant au potentiel d'utilisation de la chaîne en plus du service de programmation [...] par exemple, un guide de programmation électronique ou un jeu électronique et une participation à un débat où les gens peuvent s'exprimer au lieu du seul auditoire en studio. Par exemple, nous pouvons fournir plusieurs points de vue simultanément lors d'un événement sportif afin que les gens puissent en choisir un. Mais on peut penser à autre chose encore [...] par exemple des jeux vidéo et des documents vidéo sur demande. On peut demander [...] de l'information sur les voyages ou même des journaux électroniques et ainsi de suite. Ces technologies sont tout à fait capables d'assumer toutes ces applications[9].

De même, dans un document préparé pour le Comité, M. David Keeble, consultant en communication, faisait les remarques suivantes sur la nature des changements que la technologie numérique provoquera dans la relation entre l'auditoire et la télévision :

> Il est préférable de considérer la télévision numérique comme une sorte de plate-forme pour plusieurs éléments dont une personne dispose ou non chez elle, et qui peuvent constituer un ensemble intégré ou se former de différents éléments reliés entre eux. Voici certains éléments à la disposition d'un public équipé de la technologie numérique : il peut capter plusieurs chaînes; il possède un guide de programmation interactif; il a la vidéo sur demande; il peut recevoir de nouveaux formats d'images, dont le format grand écran et la télévision haute définition; le son d'ambiance 5.1; la capacité d'afficher des images à haute définition...; l'écran large; la capacité d'exécuter des applications de télévision interactives; la capacité d'enregistrer et de lire des émissions de télévision sur un magnétoscope à disque dur; la capacité d'exécuter des applications de télévision complexes et interactives; vidéo téléchargée d'Internet vers la télévision[10].

En ce qui concerne les avantages pour les distributeurs de télévision par câble, Mme Janet Yale, présidente et directrice générale de l'Association canadienne de télévision par câble, a déclaré au Comité que la technologie numérique signifie :

> ... une capacité accrue de distribuer des services de programmation canadiens. Elle signifie un plus grand choix et une plus grande diversité pour les téléspectateurs canadiens. Tout au long de la dernière décennie, le nombre des services offerts à notre clientèle a triplé. En 2001 seulement, l'industrie a introduit entre 40 et 60 chaînes numériques [...] avec la nouvelle technologie numérique, nous pouvons offrir de 10 à 12 nouveaux services pour chaque ancien système analogique que nous remplaçons[11].

Qui plus est, comme le déclarait au Comité le M. Akgun :

> Aujourd'hui, avec l'environnement analogique, il est simplement plus facile au plan technique de fournir des blocs de chaînes, c'est-à-dire des services par « paliers ». Ainsi, on peut vouloir un seul des programmes mais on doit payer pour un ensemble. Une fois la transition au numérique achevée, je devrais avoir la possibilité de choisir uniquement ce que je veux parce qu'il devient alors possible d'encoder ces chaînes et par conséquent, je peux décoder certaines chaînes à l'exclusion de certaines autres. Résultat, dans l'avenir, le coût n'aura pas à grimper[12].

En somme, les principaux avantages mis de l'avant par les témoins en faveur de la transition aux technologies numériques comprennent : la capacité de la part des radiodiffuseurs d'offrir une image et un son de meilleure qualité, un plus vaste choix de programmation, des forfaits plus souples et de nouvelles options non liées à la programmation.

Inutile de préciser que les témoins ont soulevé de nombreuses questions concernant les inconvénients et les défis de la transition à un système de radiodiffusion canadien entièrement numérique. Bien entendu, plusieurs d'entre eux étaient d'avis que cette transition créera de l'incertitude dans l'industrie canadienne de la radiodiffusion. Pour ce qui est de la radio, les facteurs en cause comprennent : les étapes d'introduction de la radio numérique, le coût de l'équipement et les droits d'auteur. En ce qui concerne la télévision, les questions clés sont entre autres : de quelle façon les radiodiffuseurs traditionnels effectueront-ils la transition au numérique sans perdre une partie de leur auditoire? Comment la télévision numérique sera-t-elle progressivement introduite? Et comment les services spécialisés et payants seront-ils présentés et offerts? Enfin, en ce qui a trait aux distributeurs, les principaux défis se situeront au niveau des normes relatives aux décodeurs et au niveau des instances de contrôle des sources de revenus découlant des nouveaux services, par exemple la télévision interactive (TVI).

Les paragraphes suivants examinent les interventions présentées au Comité sur ces questions. Voici la liste des solutions possibles :

Considérations économiques

La plupart des Canadiens qui vivent dans les villes-frontières peuvent encore recevoir la transmission en direct d'émissions des États-Unis comme c'était déjà le cas vers la fin des années 1940 ou au début des années 1950, avant le lancement officiel de la télévision canadienne. Au début des années 1990, nombre de radiodiffuseurs américains ont commencé à diffuser leur programmation en haute définition. Selon les témoins, cela signifie que les radiodiffuseurs canadiens doivent emboîter le pas aux Américains. Comme le souligne M. O'Farrell, président et directeur général de l'Association canadienne des radiodiffuseurs :

> Les foyers canadiens [...] ont accès à la télévision numérique, par exemple, qui leur parvient de l'autre côté de la frontière. En tant qu'industrie, nous sommes confrontés à cette réalité. Sans cette proximité géographique, nous n'aurions pas eu à considérer la transition au numérique sous le même angle. Mais nous devons reconnaître que les signaux numériques qui proviennent de sources américaines et qui franchissent la frontière trouveront un public dans les foyers canadiens, public qui ira se procurer les appareils nécessaires, en grande partie en raison simplement des avantages de la nouvelle technologie, mais aussi pour profiter de l'opportunité[13].

Des défis comparables existent pour les diffuseurs radiophoniques qui opèrent la transition à la radiodiffusion audionumérique. Comme M. Duff Roman l'a signalé au Comité :

> Notre industrie a reconnu dès 1992 que pour demeurer concurrentielle, elle devait elle aussi opérer la transition au numérique. Grâce au soutien du gouvernement, les radiodiffuseurs publics et privés ont travaillé ensemble à obtenir un spectre, à choisir la technologie et à orienter le gouvernement pour l'adoption de la réglementation nécessaire. L'approche coopérative adoptée par le Canada est reconnue et admirée partout au monde. Le Canada est considéré comme un leader international dans la transition à la radiodiffusion audionumérique[14].

Mais ces transitions coûteront cher. À titre d'exemple, les compagnies canadiennes de télévision par câble travaillent à la transition à une

infrastructure numérique depuis près de 10 ans. Comme Mme Janet Yale l'a souligné devant le Comité :

> Au cours de la dernière décennie, nous avons beaucoup changé. Nous avons opéré la transition de la technologie analogique à la technologie numérique et nous nous trouvons présentement à la fine pointe de l'innovation technologique, ce qui profite à toute la population canadienne. Les réseaux à très large bande interactifs à deux voies que nos compagnies construisent forment le moteur du programme d'innovations du gouvernement. Nous avons mis au point l'une des infrastructures de distribution de télévision par câble les plus complexes et les plus perfectionnées au monde et au cours des cinq dernières années, nos compagnies ont investi plus de 5 milliards de dollars dans les mises à niveau, la technologie et l'infrastructure du réseau[15].

En ce qui concerne la télévision, M. Kenneth Goldstein, vice-président exécutif et agent en chef de la stratégie chez CanWest Global Communications Corp., a soutenu devant le Comité que [traduction] « la transition au numérique exigera un investissement important. Le coût de construction des émetteurs numériques pour la télévision traditionnelle [y compris la SRC] a été estimé à près de 390 millions de dollars[16] ».

Plusieurs membres ont manifesté leur inquiétude à l'égard des répercussions économiques de la transition sur les consommateurs. Sur ce point, M. Gérald Chouinard, gestionnaire de programme, Accès à large bande en régions rurales et éloignées, Centre de recherche sur les communications Canada, a fait le commentaire suivant sur la radio numérique :

> Présentement, les récepteurs coûtent assez cher mais il faut toujours considérer le volume de production. Les choses vont bon train en Europe. Leurs récepteurs coûtent moins cher à produire. Une fois que les récepteurs seront à un prix abordable, la technologie pourra s'implanter[17].

Qui plus est, M. Roman a déclaré au comité qu'un détaillant :

> [...] a établi le prix de référence à 200 dollars CAN pour un récepteur de qualité moyenne, que ce soit un récepteur de type « balladeur » ou un récepteur de table. Lors des réunions que nous avons eues avec ce détaillant, c'était la référence magique. On nous a dit que si nous abaissions le prix à 199 dollars, sous la barre des

> 200 dollars, ils partiraient comme des petits pains chauds, sans problèmes[14].

En ce qui concerne la télévision, M. Goldstein a déclaré :

> Le consommateur est la clé pour ce qui est de réagir ou de la volonté de réagir, et quant au prix d'équipement qui devient abordable, il faut considérer un certain nombre de choses. Nous disons souvent dans ce domaine que c'est la question de la poule et de l'œuf. Est-ce que quelqu'un achètera le nouveau dispositif de sorte qu'au bout du compte, il y aura suffisamment de gens pour justifier la transmission, est-ce que quelqu'un s'occupera de la transmission pour qu'un assez grand nombre de gens désirent acheter le dispositif?
>
> Nous avons déjà vu les prix des appareils électroniques grand public chuter. En fait, toutes proportions gardées, si l'on tient compte de l'inflation, il est possible aujourd'hui d'acheter un ordinateur ou un poste de télévision ou un magnétoscope pour moins cher qu'un poste de radio en 1936. Mais il faut du temps pour parvenir à ce résultat. Ainsi, il aura fallu près de 15 ans avant de trouver des magnétoscopes dans presque tous les foyers[15].

Par ailleurs, M. David Keeble a rappelé au Comité que les nouvelles technologies semblent traverser quatre stades avant que les consommateurs les adoptent pleinement :

> 1. Le stade de l'**invention**, alors qu'une idée prometteuse se traduit par plusieurs réalisations sous différentes formes, toutes incompatibles les unes avec les autres, qui rivalisent entre elles pour devenir la « norme ». Certaines inventions ne dépassent jamais ce stade.
>
> 2. D'autres inventions atteignent un niveau de standardisation suffisant pour que les producteurs et les consommateurs, persuadés qu'elles vont durer, décident d'acquérir la technologie. Les premiers adeptes veulent faire l'acquisition du nouvel appareil sans attendre et ils sont prêts à en payer le prix fort et à endurer les nombreux inconvénients associés à un produit qui n'a pas encore fait ses preuves. Le stade de l'**adoption précoce** se caractérise par une pénétration lente et graduelle de la technologie dans la population.
>
> 3. L'adepte moyen attend que le volume de consommation augmente, que les prix baissent et que la technologie se stabilise. Quand il est prêt à en faire l'acquisition, la courbe d'adoption peut

croître brusquement, de 10 % de la population ou plus par an, de sorte que le **stade moyen d'adoption** dure environ six ou sept ans et que le marché passe de 5 ou 10 % à près de 50 %.

4. Les adeptes tardifs n'entrent sur le marché qu'au moment du **stade de consolidation**, alors que la nouvelle technologie a entièrement remplacé l'ancienne, p. ex. les postes de radio uniquement AM ou les disques microsillons (les « vinyles ») ne sont simplement plus disponibles sur le marché. Ces adeptes poussent plus lentement la pénétration de cette technologie vers ses limites naturelles[20].

En d'autres termes, l'impact économique sur la population canadienne durant la phase de transition au numérique sera plus grand sur les personnes qui font l'acquisition des technologies aux stades précoces. Par la suite, le prix que devra payer la consommatrice et le consommateur baissera forcément pour inciter un plus grand pourcentage de la population à se procurer les nouvelles technologies de radiodiffusion.

Considérations de principe

Le Comité note que, parallèlement aux aspects économiques, il faut considérer la question de savoir comment les objectifs canadiens de politique en matière de radiodiffusion peuvent être maintenus durant tout le processus de transition au numérique et au-delà. Selon l'ACR :

> Les objectifs qui ont façonné la politique sur la radiodiffusion ne changeront pas en raison de l'introduction de la technologie numérique. Cette politique ne sera que mieux servie en continuant d'épauler la télévision directe. Ce sont les télédiffuseurs qui maintiennent et font progresser les entreprises qui contribuent le plus à la réalisation de la politique sur la radiodiffusion. Les télédiffuseurs des services directs jouent un rôle unique au sein du système de radiotélévision canadien : ce sont eux qui apportent la plus importante contribution à l'écoute d'émissions canadiennes, ce sont eux qui offrent gratuitement un service local[21].

Une deuxième considération importante concerne l'impact, au Canada, de la transition au numérique sur la production et la distribution du contenu canadien. Comme l'a fait remarquer M. David Keeble :

> La transition au numérique [...] va modifier profondément l'utilisation du volume de présentation de la télévision pour encourager l'écoute d'émissions canadiennes. « La grille horaire »

> pourrait ne plus avoir autant sa place. Présentement, la réglementation encourage, par certains critères de diffusion et notamment les critères relatifs aux « heures de grande écoute », le choix d'émissions ayant un contenu canadien. Les radiodiffuseurs doivent fournir une fraction extrêmement élevée d'émissions à contenu canadien chaque semaine; ils doivent respecter un certain pourcentage aux heures de grande écoute, et désormais, un pourcentage de ce qui précède doit être dévolu à la « programmation prioritaire ».
>
> Au moment de la transition, étant donné que les téléspectateurs vont chercher des émissions particulières qu'ils téléchargent — que ce soit chez les radiodiffuseurs grâce au magnétoscope ou dans Internet — l'utilisation de quotas de diffusion aura moins d'impact de sorte que la réglementation relative à la diffusion aux heures de grande écoute aura elle aussi moins d'impact[22].

De même, la SRC a indiqué dans son mémoire au Comité :

> Le système canadien de radiodiffusion a tiré parti de la mise en place des nouvelles technologies. Bon nombre de ces percées technologiques, telles que la numérisation du contenu et de la diffusion, doivent faire l'objet d'un examen complet et exigent une transformation de l'actuelle infrastructure de production et de diffusion des émissions. Les besoins connexes en matière de financement et d'ingénierie sont pris en compte le plus rapidement possible par les radiodiffuseurs canadiens, de façon à assurer le respect des principes de prudence et des pratiques d'affaires avisées[23].

Qui plus est, selon l'ACR:

> Si nous envisageons la transition au numérique comme un simple échange de spectre, nous risquons d'écarter la raison fondamentale de l'existence du système de radiotélévision canadien que nous connaissons. Par exemple, si l'on ne permet pas aux diffuseurs de la radio, de la télévision conventionnelle et des services spécialisés et payants de profiter du plein potentiel de la radiodiffusion et de la distribution numériques sur le plan des sources de revenus secondaires, on minera leur capacité de favoriser les émissions canadiennes de qualité. Nous devons également nous souvenir que si les radiotélédiffuseurs sont obligés d'abandonner leurs signaux analogiques trop tôt, il se peut qu'ils perdent les avantages offerts par la promotion croisée sur les deux plates-formes. Par conséquent,

> toute proposition visant la transition au numérique doit non seulement se montrer conviviale du point de vue du consommateur, mais également du point de vue de l'investissement continu dans les émissions canadiennes[24].

Pour toutes ces raisons, l'ACR a proposé les principes de politique ci-dessous pour la télévision numérique :

- toutes les stations locales devraient continuer d'avoir une distribution prioritaire; toutes les données liées à la programmation (interactive ou autre) doivent être distribuées (c.-à-d. qu'il ne devrait pas y avoir de protection par les EDR);

- la substitution simultanée doit être préservée; les radiodiffuseurs devraient vérifier les recettes publicitaires (c.-à-d. que les EDR n'auraient pas à remplacer les publicités pour générer leurs propres sources de revenus); le gouvernement devrait établir des normes matérielles et logicielles uniformes;

- les pratiques anticoncurrentielles doivent être interdites.

Quant aux services spécialisés et payants, l'ACR suggère plusieurs principes similaires et ajoute qu'une seule norme d'interactivité devrait s'appliquer afin que les plus petits intervenants ne soient pas écrasés par les coûts élevés.

Mais comment les radiodiffuseurs et le gouvernement devraient-ils gérer la transition au numérique au cours des années à venir? Autrefois, le gouvernement fédéral établissait des normes en matière de réception radiophonique et télévisuelle afin que les foyers canadiens puissent capter les signaux de radiodiffusion. Comme le signalait au Comité M. Keeble :

> ... nous avons une norme de radiodiffusion directe mais aucune norme ne régit les autres médias par lesquels les téléspectateurs captent des émissions de télévision. Il y a neuf ans, il était possible de créer une norme unique pour le Canada à partir des différentes technologies offertes à l'échelle internationale... Pourtant, les premières sociétés de communication par satellite à offrir des services ne s'entendaient pas. Les différences par rapport à la télévision par câble ont fait problème et Industrie Canada n'a pas procédé à une normalisation. Par conséquent, on trouve un grand ensemble de décodeurs incompatibles et des sources de programmes

> qui se recoupent et offrent des services identiques pour alimenter les univers séparés de systèmes incompatibles[27].

Ainsi, pour des raisons semblables, la plupart des syntoniseurs destinés à la télévision numérique (qu'ils soient intégrés au téléviseur ou placés sur l'appareil) sont de propriété exclusive ou incompatibles avec les systèmes concurrents. Ce phénomène risque non seulement d'aliéner la population canadienne, mais également d'entraver la réalisation des objectifs d'intérêt public inhérents à une transition en douceur au numérique. Voilà pourquoi l'ACR a informé le Comité qu'il incombe selon elle au gouvernement de songer sérieusement à établir au moins des normes minimales régissant les nouveaux « syntoniseurs » de télévision numérique qui accompagneront l'implantation de cette technologie[28]. **Le Comité est d'accord avec ces points et ces observations et note qu'il s'agit là d'un important champ d'intervention pour le gouvernement.** En effet, comme M. Keeble l'a fait remarquer au Comité :

> La principale caractéristique qui fait défaut au modèle canadien en matière de politique ne relève pas du [CRTC], c'est-à-dire le manque d'action à l'égard des normes. Cette grave omission pourrait engendrer des comportements anticoncurrentiels et de repli protecteur comme cela a été quelque temps le cas en Europe.
>
> Étant donné que des comportements de ce type sont susceptibles d'endommager gravement la capacité des fournisseurs d'émissions de réaliser des succès commerciaux au cours de la transition au numérique, il est essentiel au succès de l'effort de programmation canadien qu'une autre stratégie aborde cette question[29].

Un deuxième facteur à considérer est le droit d'auteur. Contrairement à la télévision analogique, chaque copie d'une émission est identique à l'original, ce qui signifie qu'une émission de télévision copiée d'un radiodiffuseur en direct peut être reproduite à l'envoi ou expédiée par voie électronique à n'importe qui, n'importe où au monde. On a déjà des preuves de cette pratique avec Napster et les nombreuses autres applications d'égal à égal dans Internet. Il faudra donc également revoir la législation sur le droit d'auteur. (Voir à ce propos le chapitre 13.)

Un troisième aspect porte sur le choix du moment. Aux États-Unis, l'implantation du numérique était, à l'origine, prévue par la loi pour l'année 2006 (bien qu'il soit peu probable que cette date soit respectée)[30]. En septembre 1999, le U.S. Congressional Budget Office (CBO), une agence apolitique du congrès américain, a produit un rapport sur la transition à la

télévision numérique[3]. Le rapport énumère quatre conditions préalables pour une transition réussie à la télévision numérique :

1. La technologie doit fonctionner tel que promis;

2. Il faut diffuser en numérique le plus tôt possible au cours de la période de transition;

3 Les services de câblodistribution doivent offrir les émissions en numérique;

4. La demande du consommateur doit être présente pour que la nouvelle technologie soit rapidement adoptée.

Dans le contexte canadien, le premier aspect porte sur la nécessité d'un calendrier pour l'interruption de la transmission en mode analogique. Selon M. Keeble :

> En extrapolant, nous devrions passer au « stade de consolidation » de la télévision numérique d'ici 2012. Si les décodeurs numériques (pour remplacer les appareils analogiques) sont peu onéreux, nous pourrions constater la fin de la période analogique entre 2017 et 2020. Mais nous ne devons pas être trop optimistes. La radio AM existe toujours et elle a son utilité.[4]

Quant au CRTC, il soutient à ce jour qu'une date butoir de transition ne devrait pas être imposée pour les raisons suivantes :

> On a largement reconnu que la proposition préliminaire de la Commission selon laquelle un modèle de transition sur une base volontaire et axé sur le marché sans date butoir, constituerait l'approche la plus réaliste et la mieux adaptée au Canada. L'Association canadienne des radiodiffuseurs (ACR) a mis l'accent sur le fait que « l'implantation de la télévision numérique devrait s'effectuer par étapes, en allant des plus gros marchés primaires vers les marchés secondaires sur une période de quelques années ». L'ACR ajoutait que « le rythme et le niveau d'acceptation dans les plus gros marchés détermineront le moment opportun pour rejoindre les marchés plus petits. » L'Association canadienne de la télévision par câble (ACTC) s'accorde avec l'ACR pour affirmer que le modèle proposé par le CRTC, axé sur le marché, constituerait l'approche la plus avisée et serait de loin préférable aux approches

> antérieures en Amérique du Nord qui présupposaient l'abandon du spectre analogique[11].

En outre :

> Certaines personnes ont exprimé leurs inquiétudes à l'égard de décisions d'affaires qui ont pour effet de nuire aux efforts des diffuseurs des marchés restreints, efforts visant à mesurer correctement les bénéfices et les coûts de la conversion au numérique. Télé Inter-Rives Ltée, titulaire de la licence de CIMT-TV Rivière-du-Loup et propriétaire de trois autres stations de télévision dans la région de la Gaspésie, au Québec, a proposé un délai de cinq à dix ans pour le déploiement de la TVN dans les marchés restreints[12].

De plus, quant à la SRC, ses « priorités de programmation actuelle et ses ressources limitées ne permettent pas à la Société de poursuivre des activités de programmation de télévision numérique de manière importante pour le moment[13] ».

Étant donné toute l'expérimentation et l'innovation qu'il reste à faire, l'incertitude quant à l'acceptation, l'absence d'un solide modèle de gestion, et la nécessité d'un cadre de politique gouvernemental cohérent, les arguments qui vont à l'encontre d'un délai de transition imposé semblent toutefois raisonnables pour le moment.

Cela dit, l'ACR remarque qu'à un certain point il deviendra nécessaire :

> ... d'établir un calendrier raisonnable pour la transition complète de l'analogique au numérique, qui permettrait également de réaliser les avantages associés avec la réclamation du spectre. Mais l'établissement de ces dates ne sera pas une mince affaire. Nous [ne] devons jamais perdre de vue le fait que les radiotélédiffuseurs du Canada fonctionnent au sein de continuums de chaînes de valeur. Leur expulsion d'une partie du continuum avant qu'une nouvelle partie ne vienne complètement la remplacer, pourrait produire l'effet non désiré d'affaiblir les programmeurs canadiens au moment où ils doivent braver la concurrence livrée par des compétiteurs étrangers qui ne sont pas assujettis à une réglementation[14].

Bref, il apparaît évident que la « transition » au numérique ne sera pas facile pour les créateurs, les radiodiffuseurs et les distributeurs canadiens. Le processus sera onéreux, car il faudra remplacer du matériel, fournir de

nouveaux services et conclure de nouveaux arrangements entre les différents groupes concernés. En outre, une transition réussie nécessitera une bonne préparation, une collaboration entre les intervenants et une planification soignée de la part du gouvernement et de l'autorité chargée de la réglementation. De plus, la transition au numérique prend place à un moment où les profits des radiodiffuseurs et des distributeurs canadiens sont instables (voir le chapitre 8). En revanche, cette situation remet en question les moyens de mobiliser les milliards de dollars dont ont besoin les radiodiffuseurs et les distributeurs canadiens pour passer à une infrastructure entièrement numérique.

C. Solutions proposées

Tout bien considéré, les témoins n'ont pas hésité sur plusieurs points. Tout d'abord, personne ne sait réellement combien coûtera la transition au numérique et ensuite, il est plus qu'improbable que quelque chose freine la progression de cette transition. Enfin, les témoins s'entendent sur le fait que le système de radiodiffusion traversera une période de turbulence de plus en plus forte au fil des défis lancés par la révolution numérique. C'est la raison pour laquelle tous les témoins qui ont exprimé leur point de vue sur la transition au numérique ont pressé le Comité de s'assurer que le gouvernement ait un plan disponible.

Dans un document d'information présenté au Comité, le professeur Richard Schultz reconnaît également les difficultés de la transition qui se prépare. Il affirme ce qui suit :

> On n'exagère pas en affirmant que le CRTC n'a jamais été autant confronté à une telle période de turbulence qui durera encore un certain temps. Il ne faut pas sous-estimer la signification des conditions changeantes dans le contexte du fonctionnement et de l'efficacité du CRTC à l'égard de ses responsabilités de base, étant donné qu'elles peuvent nuire au travail adéquat des autorités de réglementation, et en fin de compte, à la capacité du CRTC d'exercer le pouvoir de « diriger et de contrôler » le secteur de la radiodiffusion ainsi que ses intervenants. Par conséquent, tout effort visant à remanier les normes canadiennes de la radiodiffusion qui ne parvient pas à appréhender l'énormité du pouvoir des forces environnementales, sera voué à l'échec dès le départ[11].

Le Comité reconnaît que de répondre à la complexité des défis posés ne sera pas une tâche facile. Les études fournies au Comité lui prouvent que

de nombreux pays partout au monde ont lutté pour trouver le modèle qui établisse un équilibre entre deux approches, l'une motivée par une politique définie et l'autre, libre de toute entrave, face à la transition au numérique[1]. Cela dit, le pays n'a jamais permis au marché de mener seul la transition. Bien entendu, aux États-Unis où le modèle est largement dominé par une approche de type « laisser faire », la Federal Communications Commission a dû intervenir et insister pour que les industries participantes coopèrent dans le but d'accélérer la transition.

Cela dit, les membres du Comité sont conscients qu'il suffirait de quelques erreurs graves de la part de l'autorité de réglementation, des radiodiffuseurs ou de l'industrie de la radiodiffusion dans son ensemble pour se retrouver dans un chaos économique. En gardant à l'esprit ce qui précède, le Comité fait les recommandations suivantes :

Cadre stratégique de la transition au numérique

À la lumière de ce qui a été dit, le Comité croit que le gouvernement devrait jouer un rôle central au cours des années à venir pour que le cadre stratégique de la transition au numérique soit élaboré de manière à susciter une participation égale et juste de tous les intervenants. Par conséquent :

RECOMMANDATION 12.1 :

Le Comité recommande que les ministères et organismes responsables au gouvernement fédéral élaborent un plan global de transition au numérique, en collaboration avec l'industrie de la radiodiffusion et les intervenants du secteur public, du secteur privé et des organisations sans but lucratif.

Accès

Le Comité est d'avis que le gouvernement et le CRTC devront s'assurer que les distributeurs de radiodiffusion n'inventent pas de mécanismes de protection susceptibles d'empêcher les radiodiffuseurs d'avoir un contact avec tout l'auditoire de télévision numérique. Pour cette raison :

RECOMMANDATION 12.2 :

Le Comité recommande que la transition au numérique soit gérée de telle façon que les prestataires de programme et les radiodiffuseurs aient un moyen de communication équitable et juste avec tous les téléspectateurs de télévision numérique.

Normes

Le Comité reconnaît qu'une totale absence de normes — en particulier pour la télévision numérique — aura sans doute pour effet de ralentir l'adoption de certaines technologies numériques. À la lumière de ce qui précède :

RECOMMANDATION 12.3 :

Le Comité recommande que le gouvernement établisse des normes matérielles et logicielles uniformes afin de protéger l'investissement des auditeurs et téléspectateurs, dans la technologie numérique et pour prévenir l'utilisation d'une technologie exclusive et les comportements anticoncurrentiels qui pourraient nuire à la compétition et à l'accès des abonnés.

Ces normes devraient inclure des dispositions précises relatives à l'équipement et aux logiciels (p. ex., l'établissement des menus) pour tous les types de décodeurs. De plus, ces normes devraient permettre aux Canadiens d'avoir accès sans difficulté aux options de programmation canadienne. Ces normes devraient aussi être conçues de manière à optimiser la compatibilité entre les équipements de différentes générations, réduisant, de ce fait, la rapidité à laquelle ces équipements deviennent désuets.

Choix et contrôle du consommateur

Comme on l'a mentionné au chapitre 8, le Comité reconnaît que la concurrence et le choix du consommateur sont des éléments implicites de la politique canadienne de radiodiffusion. Dans le contexte de la transition au numérique, le Comité redoute la possibilité que surgissent des pratiques

anticoncurrentielles susceptibles de nuire à la capacité des radiodiffuseurs du Canada de créer une nouvelle programmation ou d'offrir des services extérieurs à la programmation.

RECOMMANDATION 12.4 :

Le Comité recommande qu'une réglementation soit élaborée dans le but de prévenir la manipulation ou la modification de quelque façon que ce soit par les distributeurs des signaux téléchargés par les abonnés.

Ces règlements devraient aussi permettre à tous les radiodiffuseurs — que ce soit des organisations sans but lucratif ou des entreprises privées ou publiques — suffisamment de souplesse pour satisfaire les préférences des téléspectateurs pour les programmes ou services précis qui leur sont offerts.

Soutien de la réglementation

Tel qu'il est souligné au chapitre 9, le Comité s'inquiète grandement de la situation de la programmation locale dans le système de radiodiffusion canadien. Par conséquent, il considère comme essentiel de maintenir une partie de la réglementation antérieure, du moins pour la durée de la transition au numérique. À cette fin :

RECOMMANDATION 12.5 :

Le Comité recommande que les stations locales continuent de bénéficier d'une distribution prioritaire durant toute la durée de la transition au numérique.

On a souligné au chapitre 8 que la substitution de signaux identiques est le principal moyen par lequel les radiodiffuseurs canadiens parviennent à maintenir la valeur de la programmation étrangère dont ils font l'acquisition. La substitution des signaux identiques protège également la valeur de la publicité pour les annonceurs au Canada. Par extension, ce privilège lié à la réglementation permet aux radiodiffuseurs du Canada de pratiquer la publicité intermédia de la programmation canadienne et de générer un revenu nécessaire à la production et à l'achat d'une programmation originale canadienne. Dans ces circonstances, le Comité

considère comme essentiel de préserver la substitution des signaux identiques, au moins pour la durée de la transition au numérique.

RECOMMANDATION 12.6 :

Le Comité recommande que la substitution des signaux identiques soit préservée pour la durée de la transition au numérique.

Nouvelles sources de revenus

Comme nous l'avons mentionné ci-dessus, plusieurs témoins ont souligné qu'un des principaux avantages de la radiodiffusion numérique réside dans son potentiel de générer de nouvelles sources de revenus découlant de divers services :

- la télévision interactive;
- les services spécialisés et payants;
- les services radio utilisant leurs propres installations de transmission numérique directe ou la technologie de distribution numérique de la télévision par câble, et les entreprises de distribution par SRD;
- les services de multidiffusion ou de diffusion de données pouvant utiliser la capacité résiduelle du spectre attribué à la radiodiffusion numérique;
- les autres formes d'abonnements ou de transactions.

Le Comité considère comme essentiel que tous les radiodiffuseurs (c.àd. publics, privés, sans but lucratif et communautaires) aient la possibilité de bénéficier équitablement de ces sources possibles de revenus. Par conséquent :

RECOMMANDATION 12.7 :

Le Comité recommande que la politique gouvernementale permette à tous les radiodiffuseurs et distributeurs de bénéficier équitablement des revenus possibles découlant de sources associées à leurs activités réglementées.

anticoncurrentielles susceptibles de nuire à la capacité des radiodiffuseurs du Canada de créer une nouvelle programmation ou d'offrir des services extérieurs à la programmation.

RECOMMANDATION 12.4 :

Le Comité recommande qu'une réglementation soit élaborée dans le but de prévenir la manipulation ou la modification de quelque façon que ce soit par les distributeurs des signaux téléchargés par les abonnés.

Ces règlements devraient aussi permettre à tous les radiodiffuseurs — que ce soit des organisations sans but lucratif ou des entreprises privées ou publiques — suffisamment de souplesse pour satisfaire les préférences des téléspectateurs pour les programmes ou services précis qui leur sont offerts.

Soutien de la réglementation

Tel qu'il est souligné au chapitre 9, le Comité s'inquiète grandement de la situation de la programmation locale dans le système de radiodiffusion canadien. Par conséquent, il considère comme essentiel de maintenir une partie de la réglementation antérieure, du moins pour la durée de la transition au numérique. À cette fin :

RECOMMANDATION 12.5 :

Le Comité recommande que les stations locales continuent de bénéficier d'une distribution prioritaire durant toute la durée de la transition au numérique.

On a souligné au chapitre 8 que la substitution de signaux identiques est le principal moyen par lequel les radiodiffuseurs canadiens parviennent à maintenir la valeur de la programmation étrangère dont ils font l'acquisition. La substitution des signaux identiques protège également la valeur de la publicité pour les annonceurs au Canada. Par extension, ce privilège lié à la réglementation permet aux radiodiffuseurs du Canada de pratiquer la publicité intermédia de la programmation canadienne et de générer un revenu nécessaire à la production et à l'achat d'une programmation originale canadienne. Dans ces circonstances, le Comité

considère comme essentiel de préserver la substitution des signaux identiques, au moins pour la durée de la transition au numérique.

RECOMMANDATION 12.6 :

Le Comité recommande que la substitution des signaux identiques soit préservée pour la durée de la transition au numérique.

Nouvelles sources de revenus

Comme nous l'avons mentionné ci-dessus, plusieurs témoins ont souligné qu'un des principaux avantages de la radiodiffusion numérique réside dans son potentiel de générer de nouvelles sources de revenus découlant de divers services :

- la télévision interactive ;
- les services spécialisés et payants ;
- les services radio utilisant leurs propres installations de transmission numérique directe ou la technologie de distribution numérique de la télévision par câble et les entreprises de distribution par SRD ;
- les services de multidiffusion ou de diffusion de données pouvant utiliser la capacité résiduelle du spectre attribué à la radiodiffusion numérique ;
- les autres formes d'abonnements ou de transactions.

Le Comité considère comme essentiel que tous les radiodiffuseurs (c'est-à-dire publics, privés, sans but lucratif et communautaires) aient la possibilité de bénéficier équitablement de ces sources possibles de revenus. Par conséquent :

RECOMMANDATION 12.7 :

Le Comité recommande que la politique gouvernementale permette à tous les radiodiffuseurs et distributeurs de bénéficier équitablement des revenus possibles découlant de sources associées à leurs activités réglementées.

Confidentialité

Le Comité considère qu'il est essentiel de protéger les droits sur la confidentialité dans le cadre de mise en place des nouvelles technologies et des nouveaux services de radiodiffusion. Pour ce faire :

RECOMMANDATION 12.8 :

Le Comité recommande que le CRTC élabore des règlements pour que les données recueillies par les diffuseurs et/ou les entreprises de distribution de radiodiffusion à partir des capacités interactives et de rétroaction des décodeurs ou d'autres dispositifs numériques soient conformes aux lois pertinentes sur la confidentialité et la consommation.

Mesures et rapports

Dans un document préparé pour le Comité, M. David Keeble souligne la nécessité « d'élaborer des mesures objectives visant à mesurer l'efficacité des efforts d'encadrement » en vue de la transition au numérique, et de voir le gouvernement « investir les efforts nécessaires pour contrôler l'impact de la transition au numérique. » De plus, il constate que la transition au numérique règlera certains problèmes de mesure :

> Par exemple, grâce à certains logiciels, les récepteurs numériques peuvent « télécharger » en amont » des renseignements à partir des foyers participants; les signaux peuvent transporter des renseignements exacts sur chaque titre, si bien qu'il devient facile de prendre la mesure de la programmation canadienne et ainsi de suite. Cette entreprise exigera toutefois la collaboration de plusieurs intervenants et la volonté d'agir de la part des décideurs[7].

Le Comité entérine ces observations. Comme nous l'avons maintes fois répété tout au long de ce rapport, le Comité a plus d'une fois déploré l'absence d'objectifs clairs et de techniques appropriées de mesure et d'établissement des rapports. C'est la raison pour laquelle nous procédons, au chapitre 19, à un certain nombre de recommandations sur la nécessité de mettre au point des méthodes plus efficaces de mesure et d'établissement des rapports. En ce qui a trait à la transition au numérique, le Comité y voit une occasion exceptionnelle d'intégrer dès le départ certaines pratiques de mesure et d'établissement des rapports. À cette fin :

RECOMMANDATION 12.9 :

Le Comité recommande que le gouvernement travaille avec les intervenants de l'industrie de la radiodiffusion pour s'assurer que les techniques de mesure et d'établissement des rapports puissent jauger adéquatement la pénétration des technologies numériques dans la population canadienne.

Ces techniques devraient comporter des méthodes d'évaluation de l'impact des technologies numériques sur les objectifs canadiens de politique de radiodiffusion. Par exemple, elles devraient pouvoir nous renseigner sur l'impact du magnétoscope sur les habitudes des téléspectatrices et téléspectateurs canadiens et l'impact ultérieur de toutes les autres mesures — par exemple une publicité accrue pour des émissions canadiennes — que nous désirons évaluer. Il ne fait aucun doute que sans ces mesures, le Comité croit qu'il sera plus difficile d'établir des politiques efficaces, non seulement pour la transition au numérique mais pour le système de radiodiffusion canadien dans son ensemble.

Préservation

Comme nous l'avons mentionné au chapitre 10, les témoins des collectivités du Nord et les autochtones ont mentionné aux membres du Comité qu'ils ne disposaient pas des ressources financières nécessaires pour numériser une partie substantielle des documents historiques sur pellicule concernant leurs peuples, documents accumulés au fil des ans. On a également informé le Comité, à l'occasion de visites aux radiodiffuseurs partout au Canada, que la numérisation des archives vidéo est une entreprise coûteuse. Le Comité souligne dans son rapport de juin 1999, *Appartenance et identité*, qu'il recommandait « que le ministère du Patrimoine canadien prenne sans tarder les mesures afin d'obtenir des ressources additionnelles et d'établir un fonds consacré à la préservation d'articles d'importance nationale qui risquent de se détériorer et donc d'être perdus[9] ». Dans l'esprit de cette recommandation :

RECOMMANDATION 12.10 :

Le Comité recommande que le ministère du Patrimoine canadien mette au point une stratégie de partage des coûts pour éviter la perte par détérioration des archives des radiodiffuseurs canadiens.

Confidentialité

Le Comité considère qu'il est essentiel de protéger les droits sur la confidentialité dans le cadre de mise en place des nouvelles technologies et des nouveaux services de radiodiffusion. Pour ce faire :

> RECOMMANDATION 12.8 :
>
> Le Comité recommande que le CRTC élabore des règlements pour que les données recueillies par les diffuseurs et/ou les entreprises de distribution de radiodiffusion à partir des capacités interactives et de rétroaction des décodeurs ou d'autres dispositifs numériques soient conformes aux lois pertinentes sur la confidentialité et la consommation.

Mesures et rapports

Dans un document préparé pour le Comité, M. David Keeble souligne la nécessité « d'élaborer des mesures objectives visant à mesurer l'efficacité des efforts d'encadrement » en vue de la transition au numérique et de voir le gouvernement « investir les efforts nécessaires pour contrôler l'impact de la transition au numérique ». De plus, il constate que la transition au numérique réglera certains problèmes de mesure :

> Par exemple, grâce à certains logiciels, les récepteurs numériques peuvent « télécharger » en amont des renseignements à partir des foyers participants; les signaux peuvent transporter des renseignements exacts sur chaque titre, si bien qu'il devient facile de prendre la mesure de la programmation canadienne et ainsi de suite. Cette entreprise exigera toutefois la collaboration de plusieurs intervenants et la volonté d'agir de la part des décideurs.

Le Comité entérine ces observations. Comme nous l'avons maintes fois répété tout au long de ce rapport, le Comité a plus d'une fois déploré l'absence d'objectifs clairs et de techniques appropriées de mesure et d'établissement des rapports. C'est la raison pour laquelle nous procédons au chapitre 19 à un certain nombre de recommandations sur la nécessité de mettre au point des méthodes plus efficaces de mesure et d'établissement des rapports. En ce qui a trait à la transition au numérique, le Comité y voit une occasion exceptionnelle d'intégrer dès le départ certaines pratiques de mesure et d'établissement des rapports. À cette fin :

RECOMMANDATION 12.9 :

Le Comité recommande que le gouvernement travaille avec les intervenants de l'industrie de la radiodiffusion pour s'assurer que les techniques de mesure et d'établissement des rapports puissent jauger adéquatement la pénétration des technologies numériques dans la population canadienne.

Ces techniques devraient comporter des méthodes d'évaluation de l'impact des technologies numériques sur les objectifs canadiens de politique de radiodiffusion. Par exemple, elles devraient pouvoir nous renseigner sur l'impact du magnétoscope sur les habitudes des téléspectatrices et téléspectateurs canadiens et l'impact ultérieur de toutes les autres mesures — par exemple une publicité accrue pour des émissions canadiennes — que nous désirons évaluer. Il ne fait aucun doute que sans ces mesures, le Comité croit qu'il sera plus difficile d'établir des politiques efficaces, non seulement pour la transition au numérique mais pour le système de radiodiffusion canadien dans son ensemble.

Préservation

Comme nous l'avons mentionné au chapitre 10, les témoins des collectivités du Nord et les autochtones ont mentionné aux membres du Comité qu'ils ne disposaient pas des ressources financières nécessaires pour numériser une partie substantielle des documents historiques sur pellicule concernant leurs peuples, documents accumulés au fil des ans. On a également informé le Comité, à l'occasion de visites aux radiodiffuseurs partout au Canada, que la numérisation des archives vidéo est une entreprise coûteuse. Le Comité souligne dans son rapport de juin 1989, *Appartenance et identité*, qu'il recommandait « que le ministère du Patrimoine canadien prenne sans tarder les mesures afin d'obtenir des ressources additionnelles et d'établir un fonds consacré à la préservation d'articles d'importance nationale qui risquent de se détériorer et donc d'être perdus ». Dans l'esprit de cette recommandation :

RECOMMANDATION 12.10 :

Le Comité recommande que le ministère du Patrimoine canadien mette au point une stratégie de partage des coûts pour éviter la perte par détérioration des archives des radiodiffuseurs canadiens.

Notes en fin de chapitre

[1] Même sans la révolution numérique, la télévision par satellite aurait connu des percées technologiques. Elle pourrait subsister en mode analogique. La conversion numérique a seulement permis de comprimer l'information (et donc à libérer le spectre pour y ajouter d'autre information) et d'améliorer la qualité de la présentation et de la transmission.

[2] Mémoire de l'Association canadienne des radiodiffuseurs, le 10 septembre 2001, Ottawa, Canada.

[3] Voir : Avis public CRTC 1995-184, Avis public CRTC 2002-32, Avis public CRTC 200248.

[4] Association canadienne des radiodiffuseurs, *Op. cit.*

[5] Les normes sont des couteaux à deux tranchants : a) une fois en place, elles ouvrent le marché à la concurrence; b) n'étant pas tenus d'y adhérer, les fabricants accèdent plus rapidement au marché, font preuve d'innovation, réalisent plus de profits et contrôlent leur niche. Par conséquent, si un fabricant convoite une niche, veut prendre le risque de l'exploiter, peut convaincre une sous-clientèle d'un nouveau besoin, aucune instance ne pourra empêcher l'avènement d'un produit ou d'une technologie. Bien des fabricants sont prêts à prendre les devants sur le marché, puis à permettre à l'industrie de rattraper son retard, leur permettant ainsi de passer à la prochaine innovation. C'est aussi pourquoi bien des sociétés se désintéressent des brevets. Dès qu'un brevet est en vigueur, la technologie a déjà évolué; si une société peut prouver qu'elle a été la première à utiliser la nouvelle technologie, son invention est protégée par défaut. C'est pourquoi certains experts jugent que des normes ne sont pas justifiées dans l'industrie.

[6] *Ibid.*

[7] Réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, 31 janvier 2002.

[8] *Ibid.*

[9] *Ibid.*

[10] David Keeble, *Creating and Distributing Canadian Content Through the Digital Transition*, préparé pour le Comité permanent du patrimoine canadien, 22 octobre 2002, p. 11-12.

[11] Réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, 19 février 2002.

[12] Réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, 31 janvier 2002.

[13] *Ibid.*

[14] Réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, 21 février 2002.

[15] Réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, 31 janvier 2002.

[16] Réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, 21 mars 2002.

[17] Réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, 31 janvier 2002.

[18] *Ibid.*

[19] Réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, 21 mars 2002.

[20] Keeble, p. 12.

[21] Mémoire de l'Association canadienne des radiodiffuseurs, Annexe C.

[22] Keeble, p. 10.

[23] Société Radio-Canada, p. 56.

[24] Association canadienne des radiodiffuseurs.

[25] Keeble, p. 24.

[26] *Ibid.*

[27] *Ibid.*

[28] Il y a toutefois une possibilité de décalage dans les marchés où moins de 85 % des foyers peuvent recevoir le numérique.

[29] U.S. Congressional Budget Office, « Completing the transition to digital television », septembre 1999.

[30] Keeble, p. 13.

[31] Avis public CRTC 2002-32.

[32] *Ibid.*

[33] *Ibid.*

[34] Association canadienne des radiodiffuseurs.

[35] Richard J. Schultz, *The Operation and the Effectiveness of the Canadian Radiotelevision and Telecommunications Commission*, préparé pour le Comité permanent du patrimoine canadien de la Chambre des communes, p. 15.

[36] Richard J. Paradis, *Étude sur les activités de réglementation de la radiodiffusion*, préparée pour le Comité permanent du patrimoine canadien de la Chambre des communes.

[37] Keeble, p. 28.

[38] *Appartenance et identité : L'évolution du rôle du gouvernement fédéral pour soutenir la culture au Canada*, rapport du Comité permanent du patrimoine canadien. Ottawa, Chambre des communes, 1999. Recommendation 31, p. 67.

MAINTIEN D'UN SYSTÈME UNIQUE

Chapitre 13

Droit d'auteur

A. Qu'est-ce que le droit d'auteur?

Le droit d'auteur est le droit de propriété d'une œuvre originale, donnant au titulaire (habituellement l'auteur) certains droits sur l'œuvre, dont le droit exclusif de la reproduire, de l'adapter, de la distribuer, de la jouer en public et de l'exposer. Ce droit s'applique à toutes les œuvres littéraires, dramatiques, musicales et artistiques, y compris les émissions de télévision et de radio, ainsi que les prestations, les enregistrements sonores et les signaux de communication. Au Canada, ces droits sont protégés par la *Loi sur le droit d'auteur*.

La *Loi sur le droit d'auteur* vise à protéger les droits de propriété des créateurs qui produisent des œuvres tout en favorisant la créativité et l'échange ordonné du savoir et de l'information. Cela signifie qu'il faut équilibrer les droits et les intérêts de ceux qui créent une œuvre et de ceux qui veulent la publier, la partager ou en tirer profit.

En général, les créateurs obtiennent la reconnaissance, de l'argent et le droit de contrôler la façon dont leur œuvre est utilisée. Ceci vise à faire connaître l'œuvre. En échange, les auteurs sont tenus de permettre une utilisation restreinte de leur œuvre, par exemple, l'« utilisation équitable » de l'œuvre à des fins d'études particulières, de recherche, de critique, de revue, ou pour des nouvelles. Leur droit d'auteur dure un temps donné, habituellement la durée de vie du créateur, plus 50 ans. Après cette période, le droit d'auteur expire et l'œuvre devient du « domaine public ». Une fois du domaine public, quiconque peut l'utiliser sans frais et sans crainte de violation de ce droit. Par exemple, comme l'auteur Molière (Jean-Baptiste Poquelin) est décédé depuis plus de 50 ans, ses œuvres peuvent être produites et publiées par n'importe qui sans avoir à verser de redevances à l'auteur ou à ses héritiers.

Toutefois, durant la période où l'œuvre est protégée par un droit d'auteur, quiconque veut s'en servir d'une manière qui contrevient à la *Loi sur le droit d'auteur* doit obtenir l'autorisation du titulaire du droit d'auteur et le plus souvent payer pour son utilisation. Cela se fait habituellement sous la forme de paiements de redevances versés au titulaire du droit d'auteur ou

à une société de gestion agissant au nom du titulaire. Ou bien les redevances sont négociées entre les parties, ou bien la Commission du droit d'auteur du Canada fixe les redevances à payer pour l'utilisation des œuvres concernées.

B. Droits de télécommunication

La plupart des télédiffuseurs et des stations de radio ne créent ni ne produisent le matériel qu'ils diffusent. Ils l'acquièrent plutôt de ses auteurs ou de ses créateurs. CTV, par exemple, n'a pas créé la série dramatique *The West Wing*; il a simplement obtenu la permission du titulaire du droit d'auteur de diffuser l'émission auprès de l'auditoire canadien par l'entremise de sa chaîne.

Par conséquent, les droits de télécommunication représentent le droit exclusif que possèdent les titulaires de droits d'auteur de transmettre leurs œuvres au public. Dans ce cas-ci, le titulaire du droit d'auteur a choisi de permettre à cette chaîne canadienne en particulier de diffuser cette émission de télévision précise. En plus de l'obligation d'effectuer un paiement, il se peut qu'il y ait d'autres conditions associées au droit de diffuser l'émission, comme des contraintes temporelles et des limites au nombre de fois que l'émission peut être diffusée.

Une fois qu'une entreprise de radiodiffusion particulière a obtenu le droit exclusif de diffuser une œuvre précise, cela lui donne certains droits à l'égard de la même œuvre qui pourrait être diffusée ailleurs. Par conséquent, si la chaîne CTV détient le droit exclusif de diffuser *The West Wing*, elle pourra faire valoir ce droit à l'égard de tout autre diffuseur, au cas où une autre chaîne de télévision canadienne diffuserait également l'émission au Canada.

Même si les radiodiffuseurs ne possèdent pas le droit d'auteur du matériel qu'ils acquièrent et diffusent ensuite, ils détiennent toutefois le droit du signal de radiodiffusion, tel qu'il est expliqué à l'article 24 de la *Loi sur le droit d'auteur*. Il s'agit d'une distinction subtile qui revêt toute son importance avec la question de la retransmission des émissions, qui sera discutée ci-dessous.

C. Droits de retransmission

La retransmission de matériel relève des câblodistributeurs, des entreprises de diffusion par satellite — et probablement — des distributeurs Internet. La retransmission est traitée à l'article 31 de la *Loi sur le droit d'auteur*, qui accorde aux câblodistributeurs et aux distributeurs par satellite le droit de retransmettre le matériel s'ils ont payé le droit établi par la Commission du droit d'auteur du Canada conformément à la licence obligatoire créée par la *Loi* à des fins de retransmission. En outre, la *Loi sur le droit d'auteur* exclut spécifiquement les retransmetteurs de la définition de « radiodiffuseur » aux fins de la *Loi*.

La création du droit de retransmission résulte en partie des iniquités perçues entre les radiodiffuseurs et les câblodistributeurs et les distributeurs par satellite. Avant 1990, ceux-ci pouvaient offrir une programmation et des services à leurs abonnés et exiger un droit en retour sans devoir indemniser les titulaires des droits d'auteur du matériel diffusé comme les radiodiffuseurs sont tenus de faire. Les câblodistributeurs et les distributeurs par satellite pouvaient simplement capter n'importe où les signaux de radiodiffusion contenant les programmes et les transmettre ensuite avec leur propre équipement. Le signal pouvait être relayé au besoin d'une place à une autre, livrant ainsi un signal, local à Spokane, Washington, par exemple, à un point situé à une certaine distance, comme Edmonton. Grâce à ce système, les titulaires des droits d'auteur du matériel diffusé étaient évités et ne recevaient pas le paiement auquel ils avaient droit.

La *Loi sur le droit d'auteur* du Canada a été modifiée par suite de l'Accord de libre-échange conclu entre les États-Unis et le Canada qui a mis fin à l'avantage dont bénéficiaient les câblodistributeurs et les distributeurs par satellite. Depuis 1990, ces derniers ainsi que toute autre entreprise qui fait des profits en fournissant des signaux de radiodiffusion à distance à des clients sont tenus de payer pour les émissions qu'ils retransmettent à leurs abonnés[1].

En vertu de ce système élaboré depuis 1990, les titulaires de droits d'auteur et de droits de retransmission sont considérés comme étant correctement rémunérés. Par conséquent, pour opérer légalement, les câblodistributeurs et les distributeurs par satellite sont désormais obligés de verser les redevances fixées par la Commission du droit d'auteur du Canada à des sociétés de gestion qui représentent les producteurs d'émissions et autres titulaires de droits d'auteur.

D. Licences obligatoires

Dans le but d'atteindre un équilibre entre les différents titulaires des droits — ceux qui détiennent le droit d'une œuvre en particulier — et les intérêts plus vastes de la politique de radiodiffusion à servir l'intérêt du public, le Parlement a créé une « licence obligatoire ». Il s'agit d'une entente prévue par la *Loi* qui permet à certaines parties (comme les entreprises de câblodistribution) d'utiliser des œuvres protégées (comme des émissions de télévision) sans la permission formelle du titulaire du droit d'auteur, pourvu que des dispositions aient été prises en vue de verser des redevances. Celles-ci sont habituellement versées à une société de gestion des droits d'auteur qui perçoit et distribue les redevances au nom des titulaires de droits d'auteur. Les redevances à verser sont par ailleurs établies sous forme de tarifs par la Commission du droit d'auteur du Canada. La licence obligatoire est donc une politique gouvernementale dictée par un cas d'exception au principe général qui prévaut en matière de droit d'auteur voulant que les titulaires de droits d'auteur aient un contrôle exclusif sur leurs œuvres. La licence obligatoire est un élément de la *Loi sur le droit d'auteur*, qui, à titre de loi nationale, s'applique partout au Canada, y compris dans le droit civil de la province de Québec.

Un témoin représentant l'Association canadienne des radiodiffuseurs a décrit la licence obligatoire comme un compromis raisonnable à l'option de ne pas être payé[3]. D'autres témoins, toutefois, réclament qu'elle soit abolie sur-le-champ et remplacée par un système de marché libre dans lequel la valeur et le paiement sont négociés entre les parties. Ainsi, certains radiodiffuseurs et distributeurs préféreraient négocier directement avec les titulaires de droits d'auteur dans un système de marché libre plutôt que d'avoir à passer par la Commission du droit d'auteur, comme c'est le cas actuellement[4]. Après tout, la majorité des services et du contenu offerts par la télévision à la carte, les chaînes thématiques et la télévision payante sont déjà négociés dans un marché libre entre les distributeurs et les titulaires de droits d'auteur[5].

E. Retransmission par Internet

L'évolution de la technologie depuis 1990 a présenté des défis intéressants aux radiodiffuseurs et aux retransmetteurs, et la question précise de la transmission des signaux de télévision par Internet (« retransmission par Internet ») a fait l'objet de nombreux débats.

Comme il a été mentionné dans le chapitre 3, la révolution numérique a fait son chemin dans le monde de la télévision et de la radio, grâce en grande partie à la différence qui existe entre la technologie numérique et la technologie analogique. La technologie analogique transmet l'information de façon continue sous forme de courants ou ondes électriques variés. La technologie numérique, d'un autre côté, suppose que l'information est exprimée en chiffres binaires, appelés « bits », transmis par pulsations ou rafales plutôt qu'en une onde continue. Cette nouvelle technologie a des répercussions importantes sur le droit d'auteur et la radiodiffusion parce qu'une fois que l'information est sous forme numérique, elle peut être facilement copiée ou transmise à peu de frais sans perte d'information ou de qualité. Pensez, par exemple, comme il est facile d'expédier un courriel à plusieurs destinataires qui, à leur tour, peuvent le transmettre à d'autres personnes et ainsi de suite, sans aucune perte d'information.

L'Internet est un système numérique et l'instantanéité avec laquelle le monde entier peut être joint grâce à Internet est bien connue. Cette évolution technologique a également facilité notre capacité de transmettre « en continu » du matériel de radiodiffusion sur Internet, ce qui permet aux propriétaires d'ordinateur de visionner des émissions de télévision sur leur ordinateur personnel. Par ailleurs, cette évolution a posé de sérieux problèmes en ce qui concerne le droit d'auteur et la radiodiffusion.

À la fin de 1999, une compagnie appelée iCrave TV a commencé à retransmettre 17 signaux de chaînes de télévision canadiennes et américaines partout dans le monde à tous ceux qui avaient accès à Internet. La compagnie recevait des signaux d'émissions en direct qu'elle convertissait en signaux numériques dans un format compatible avec Internet et les transmettait en continu sur Internet. La compagnie n'a pas versé les droits ou redevances que les radiodiffuseurs habituels sont tenus de payer, et par conséquent, les titulaires des droits d'auteur des émissions diffusées par iCrave n'ont reçu aucune des indemnités auxquelles ils avaient droit. iCrave a déclaré avoir reçu une ordonnance d'exemption accordée par le CRTC, permettant aux exploitants de nouveaux médias de ne pas être soumis aux règlements, et a également fait valoir qu'elle pouvait opérer en vertu de la licence obligatoire pour les retransmissions créée à l'article 31 de la *Loi sur le droit d'auteur*, qui avait été adoptée avant qu'Internet ne devienne un réseau mondial.

La réaction aux activités de iCrave ne s'est pas fait attendre. Des procédures judiciaires ont été intentées aux États-Unis et au Canada dans le but

d'empêcher iCrave de transmettre des émissions protégées par des droits d'auteur sans permission. Même si ces mesures judiciaires ont réussi à arrêter iCrave, elles ont fait peu pour résoudre le problème sous-jacent, à savoir le lien particulier entre les nouvelles technologies et la licence obligatoire pour les retransmissions exigée à l'article 31 de la *Loi sur le droit d'auteur*.

Le cas de iCrave a soulevé le problème que pose la licence obligatoire. Telle qu'elle a été définie, la licence obligatoire a pour objet de s'appliquer uniquement à la retransmission des signaux transmis par la voie des ondes. La retransmission, à son tour, vise uniquement les câblodistributeurs et les distributeurs par satellite. Que faut-il faire dans le cas de la retransmission par Internet, qui est effectuée ni par câble ni par satellite? Lorsqu'elle a été promulguée, la *Loi sur le droit d'auteur* n'a pas tenu compte de l'apparition de technologies fonctionnant de manière différente, et par conséquent, ne traite pas de cette question. La *Loi sur le droit d'auteur* n'exclut pas précisément Internet du régime de retransmission défini à l'article 31 de la *Loi*. En outre, en 1999, le CRTC a décidé qu'il ne réglementerait pas Internet[5], laissant la question de la retransmission par Internet sans réponse[6].

En 2001, une compagnie appelée JumpTV.com, un radiodiffuseur Internet, a adressée à la Commission du droit d'auteur du Canada une demande de tarification pour la retransmission de réseaux de télévision. Elle désirait offrir aux propriétaires d'ordinateurs personnels une quatrième façon — après les systèmes de télévision par ondes hertziennes, par câble et par satellite — de recevoir des signaux d'émissions de télévision. La distinction entre JumpTV et iCrave est que JumpTV a demandé à la Commission du droit d'auteur du Canada de fixer un tarif pour la retransmission sur Internet avant d'entrer en service, ce que iCrave n'a pas fait.

Cette demande a entraîné une consultation qui a duré six mois et qui a été parrainée conjointement par Patrimoine Canada et Industrie Canada, lesquels se sont penchés sur les questions concernant la retransmission par Internet et la licence obligatoire. Par la suite, le projet de loi C-11, *Loi modifiant la Loi sur le droit d'auteur*, a été présenté à la Chambre des communes en vue d'établir un cadre pour la programmation non conventionnelle d'émissions afin que celle-ci fonctionne conformément à la licence obligatoire de retransmission offerte aux retransmetteurs conventionnels. Le projet de loi a été renvoyé pour étude au Comité permanent du patrimoine canadien.

La question de savoir si les retransmetteurs par Internet pouvaient profiter de la licence obligatoire que les radiodiffuseurs conventionnels utilisent a suscité de nombreuses discussions.

Des représentants de JumpTV qui ont comparu devant le Comité ont indiqué qu'ils pourraient — et de fait souhaiteraient — opérer en vertu du même régime de réglementation que les radiodiffuseurs conventionnels[7]. Ils ont pressé le Comité de promouvoir des règlements qui leur permettraient de retransmettre des signaux comme les compagnies de câble ou de satellite le font, et ont déclaré que la seule chose qui les différencie de ces dernières est le point de chute du signal de radiodiffusion — un ordinateur personnel plutôt qu'un téléviseur.

En outre, dans les observations et le témoignage qu'ils ont présentés devant le Comité, ils ont fait remarquer qu'ils paieraient tous les tarifs et les droits applicables aux droits d'auteur en vertu de la licence obligatoire, et feraient en sorte que la technologie appropriée soit en place pour veiller à ce que ces signaux Internet soient transmis uniquement au Canada à leurs abonnés[8]. Plusieurs témoins ont comparu devant le Comité afin de confirmer l'efficacité d'un logiciel limitant la réception des signaux retransmis par Internet à des emplacements géographiques précis[9].

Ce dernier point est apparu comme l'une des questions les plus litigieuses en ce qui a trait à la retransmission par Internet. Étant donné qu'il est facile de copier et de transmettre du matériel par Internet, plusieurs témoins ont exprimé leur scepticisme quant à savoir si les signaux transmis par Internet pouvaient être réellement limités à un espace précis[10]. Ils ont fait valoir que la capacité d'Internet de joindre le monde entier pourrait bien entraîner la distribution de matériels protégés par des droits d'auteur. Néanmoins, les représentants de JumpTV ont maintenu que si la réglementation en matière d'octroi de licences exige une restriction géographique pour que les signaux de radiodiffusion soient diffusés par Internet, ils se conformeraient à cette exigence[11].

Un autre point préoccupant en ce qui concerne l'octroi d'une licence obligatoire aux radiodiffuseurs Internet est la dilution potentielle des intérêts actuels des titulaires de droits exclusifs pour la transmission en direct d'événements sportifs. Des témoins ont affirmé que les droits de radiodiffusion exclusifs font partie des biens les plus précieux des ligues sportives professionnelles et des équipes de sport professionnel. Par conséquent, l'octroi d'une licence obligatoire additionnelle à un retransmetteur Internet lui permettant de diffuser des émissions dans des

territoires restreints — donnant par conséquent un autre choix de programmation aux téléspectateurs — rend ces droits de radiodiffusion moins intéressants[13]. Toute extension de la licence obligatoire aux retransmetteurs Internet a été combattue sur ce fondement.

D'autres représentants de l'industrie comme l'Association canadienne des distributeurs de films, l'Association canadienne des radiodiffuseurs, la Société canadienne des auteurs, compositeurs et éditeurs de musique et l'Association canadienne de production de film et télévision se sont également opposés à l'extension de la licence obligatoire aux retransmetteurs Internet. Dans leurs observations au Comité, ces organisations ont demandé une réglementation sur mesure pour Internet, excluant les retransmetteurs Internet en tant qu'entités pouvant demander une licence obligatoire. Parmi les raisons citées, mentionnons l'inquiétude que la technologie Internet constitue une expropriation injustifiée des droits exclusifs du titulaire du droit d'auteur et que les titulaires de droits d'auteur ne seraient pas correctement protégés à la lumière de la croissance rapide et de l'évolution technologique d'Internet[14]. En outre, étant donné que près de 100 % des ménages canadiens possèdent un téléviseur, et que plus de 75 % d'entre eux sont abonnés aux services d'un radiodiffuseur conventionnel, la retransmission par Internet n'améliorerait pas l'accès au système de radiodiffusion[15].

La résistance à l'octroi de licences de radiodiffusion sur Internet est aussi venue de beaucoup plus loin. Le comité judiciaire de la Chambre des représentants des États-Unis a fait part de ses inquiétudes dans une lettre adressée à l'ambassadeur du Canada aux États-Unis, indiquant que les tentatives de modification de la *Loi sur le droit d'auteur* en vue d'octroyer aux retransmetteurs Internet une licence obligatoire ne tiennent pas compte des caractéristiques particulières d'Internet d'une manière telle que cela facilitera le piratage des œuvres américaines protégées et la fuite globale du contenu américain protégé[16]. En outre, cela minera pour ne pas dire anéantira la capacité des titulaires de droits d'auteur américains de contrôler la distribution de leur matériel à des radiodiffuseurs conventionnels, ce qui aura pour effet de diminuer grandement la valeur des œuvres.

Après avoir entendu les observations des parties et des organisations intéressées, le Comité permanent du patrimoine canadien a modifié le projet de loi C-11 afin de refuser aux retransmetteurs Internet le droit de se procurer la licence obligatoire nécessaire pour diffuser légalement des émissions sur Internet. La *Loi sur le droit d'auteur* a été modifiée en

conséquence afin d'exclure de manière explicite les radiodiffuseurs Internet de la définition de « retransmetteur » et de « retransmetteur de nouveaux médias ».

Le projet de loi, tel que modifié, a reçu la sanction royale le 12 décembre 2002. L'objet de la modification est de préciser que les intérêts des diffuseurs et des titulaires de droits d'auteur seront protégés sur les supports numériques. En janvier 2003, le CRTC a réitéré qu'il ne réglementera pas les retransmetteurs sur Internet . Dans son rapport au gouverneur en conseil, il a affirmé qu'il « n'estime ni nécessaire ni opportun d'exiger une licence pour les retransmetteurs sur Internet[78] ».

F. Droits connexes

Les droits connexes représentent trois types additionnels de sujets qui ne sont pas inclus dans la définition établie dans la *Loi sur le droit d'auteur* du terme « œuvre », mais qui reçoivent néanmoins la protection du droit d'auteur en vertu de la *Loi*. Ces trois sujets sont (i) la prestation, (ii) l'enregistrement sonore et (iii) les signaux de communication.

À l'origine, le droit d'auteur était lié à l'« œuvre » de l'auteur ou de l'artiste, qui comme il est maintenant défini dans la *Loi sur le droit d'auteur*, comprend les œuvres littéraires, dramatiques, musicales et artistiques. Celles-ci demeurent le fondement des intérêts protégés par des droits d'auteur. Toutefois, plus récemment, les exécutants, les producteurs d'enregistrements sonores et les radiodiffuseurs se sont vu accorder certains droits sur leurs « œuvres ».

Ces droits résultent de modifications apportées à la *Loi sur le droit d'auteur* en 1997. Avant, les stations de radio canadiennes étaient obligées de payer des redevances au titulaire des droits, par exemple, aux compositeurs et aux paroliers. La reconnaissance des droits connexes, cependant, a étendu le droit d'auteur aux exécutants et aux producteurs d'enregistrements sonores, en se fondant sur le fait qu'ils ajoutent une valeur substantielle à la composition musicale et méritent une indemnité tout comme le compositeur. Aujourd'hui, les stations de radio sont obligées de payer des redevances non seulement aux titulaires des droits sur la musique, mais aussi à l'exécutant et au producteur de l'enregistrement sonore.

Si le droit d'auteur est supposé protéger l'œuvre originale de l'artiste ou de l'auteur, il peut sembler difficile à première vue de comprendre pourquoi la prestation, l'enregistrement et la radiodiffusion de la *Tosca* devraient être tous protégés par des droits d'auteur. Après tout, le chef d'orchestre et les musiciens n'ont pas composé l'opéra. Puccini l'a fait. Même si la prestation est éblouissante et novatrice, on pourrait affirmer qu'il n'y a rien d'original à cela — l'œuvre demeure celle de Puccini. Toutefois, le droit connexe et, par conséquent, ce droit d'auteur particulier s'applique à la prestation même, et non à l'œuvre originale; ainsi, c'est un élément soustrait du droit d'auteur (et de là, un droit « connexe »). Par conséquent, selon cet argument, l'interprétation d'une chanson par un chanteur mérite d'être protégée tout autant que la chanson originale même. Par exemple, on pourrait soutenir que la prestation de Judy Garland de *Over the Rainbow* est la chanson, malgré le fait que celle-ci ait été écrite par Harold Arlen et E.Y. « Yip » Harburg.

De même, bien que les producteurs d'enregistrements sonores et les radiodiffuseurs ne réalisent pas une œuvre originale en enregistrant ou en transmettant un signal, ils ont droit à un droit d'auteur non pas pour souligner leur originalité, mais pour protéger leur investissement dans la création et la distribution du son ou du signal[17].

G. Enregistrements éphémères

Les enregistrements éphémères sont une autre exception à l'interdiction générale de copier du matériel. Dans certaines circonstances limitées, la *Loi sur le droit d'auteur* autorise des « enregistrements éphémères » — des copies temporaires d'une œuvre afin d'en faciliter la radiodiffusion.

Les radiodiffuseurs prétendent depuis longtemps qu'ils peuvent effectuer des enregistrements temporaires (« éphémères ») d'œuvres pour diffusion ultérieure à titre de partie accessoire du droit de télécommunication publique, pourvu que toutes les redevances requises aient été versées aux organismes appropriés. Les radiodiffuseurs se fondent sur cette pratique pour diffuser un événement en direct — comme un concert extérieur — et pour diffuser un enregistrement en différé du même concert plus tard dans un autre fuseau horaire. Les émissions de télévision en direct et en différé des célébrations pour souligner la fête du Canada sont un bon exemple de cette utilisation.

Cette pratique a donné lieu à une certaine controverse : les titulaires de droits d'auteur étaient en désaccord avec la position des radiodiffuseurs, argumentant que la *Loi sur le droit d'auteur* leur a accordé des droits distincts concernant la *diffusion* et l'*enregistrement* de leurs œuvres, et que lorsque leur œuvre est copiée, ils ont droit à une redevance additionnelle en plus de la rémunération de la diffusion. Cette position a été validée par une décision de la Cour suprême en 1990[18]. Dans ce cas, la Cour n'a pas trouvé dans la *Loi* d' exception concernant les droits éphémères et a déclaré que pour qu'un tel droit existe, le Parlement doit le créer.

Lorsque la *Loi sur le droit d'auteur* a été modifiée en 1997, le Parlement a créé une exception à la *Loi* en ce qui concerne les enregistrements éphémères, permettant de façon générale de réaliser des reproductions éphémères de prestations suivant des conditions précises. Cette exception, cependant, est très restreinte; le plus important, elle ne peut s'appliquer lorsque l'entreprise « peut obtenir, par l'intermédiaire d'une société de gestion, une licence l'autorisant à faire une telle fixation ou reproduction[19]. » Cela signifie que les stations de télévision et de radio peuvent réaliser des reproductions éphémères à moins qu'une société de gestion représentant les titulaires des droits d'auteur ait exigé un paiement pour ces reproductions.

Bien naturellement, des sociétés de gestion représentant les titulaires de droits sur la musique se sont formées et ont voulu exiger une nouvelle tarification pour la reproduction de leurs œuvres. Les nouveaux tarifs fixés par la suite par la Commission du droit d'auteur ont obligé les radiodiffuseurs à verser une redevance supplémentaire pour la production d'enregistrements éphémères.

Toutefois, les radiodiffuseurs se sont évidemment opposés à l'établissement de ces nouveaux tarifs pour les reproductions éphémères, suggérant qu'en plus d'ajouter une autre disposition coûteuse en matière de redevances, cette exception faisait peu pour équilibrer les intérêts entre les titulaires de droits d'auteur et les radiodiffuseurs, et annulaient effectivement tout avantage significatif offert aux radiodiffuseurs par l'adoption d'une exception à l'égard des enregistrements éphémères[20]. Les radiodiffuseurs ont déclaré que les enregistrements temporaires — réalisés uniquement dans le but de faciliter la diffusion d'exécutions d'émissions pour lesquelles ils ont déjà payé des droits — n'avaient aucune valeur commerciale secondaire pour les radiodiffuseurs et ne nuisaient pas au titulaire du droit d'auteur.

Cet argument peut avoir une résonance particulière en ce qui concerne la diffusion de musique sur les ondes de stations de radio commerciales. Ces dernières paient des redevances à des sociétés de gestion pour les droits d'exécution et les droits connexes chaque fois qu'elles font jouer de la musique à la radio. Afin de faciliter la diffusion, les stations téléchargent un disque compact dans leur serveur ou copient un vieil enregistrement vinyle sur un disque compact qu'ils téléchargent ensuite. Cette opération est effectuée uniquement pour son côté pratique à la lumière de la technologie moderne utilisée pour la diffusion d'enregistrements sonores; en fait, les beaux jours des tables tournantes dans les stations sont disparus depuis longtemps.

Toutefois, cette opération de téléchargement d'un disque compact (appelé « transposition sur un support » et permise à titre d'exception en vertu de la *Loi sur le droit d'auteur*) constitue une réalisation d'une reproduction éphémère et, par conséquent, nécessite le paiement d'une autre redevance à une société de gestion des droits de reproduction. Les membres du Comité ont assisté à une démonstration de ce processus lors d'une visite effectuée à la radio de CJAD à Montréal. Il est important de noter que l'exemption concernant la transposition sur un support constitue une exception très restreinte à la *Loi sur le droit d'auteur* et que la licence permettant de réaliser une reproduction éphémère est limitée à une composition particulière plutôt qu'à l'ensemble du disque compact. Cela signifie que si un disque compact contient 10 chansons, les radiodiffuseurs doivent obtenir la permission de copier chaque chanson et payer des redevances pour chacune.

Le droit de transposition sur un autre support demeure un point litigieux entre les radiodiffuseurs et les sociétés de gestion des droits d'auteur. Les radiodiffuseurs continuent de demander à ce que l'obligation de verser une autre redevance aux sociétés de gestion des droits de reproduction soit modifiée, affirmant qu'ils possèdent déjà l'œuvre copiée et qu'ils ont déjà payé le droit de la faire jouer. L'Association canadienne des radiodiffuseurs a fait cette déclaration tant dans le mémoire que dans l'exposé qu'elle a présentés au Comité du patrimoine, comme d'autres radiodiffuseurs privés[1]. Même si elles n'ont pas fait de présentations officielles devant le Comité permanent du patrimoine canadien, les sociétés de gestion des droits d'auteur continuent d'affirmer leur droit d'exiger des redevances pour les reproductions d'enregistrements qui représentent un processus distinct de leur programmation.

H. Conclusion

Le Comité est très conscient que la rencontre entre la technologie numérique et la *Loi sur le droit d'auteur* pose des problèmes importants, notamment de grandes questions comme la retransmission sur Internet et la création de copies temporaires et éphémères visant à faciliter la diffusion. L'article 92 de la *Loi sur le droit d'auteur* prévoit un examen obligatoire de la *Loi* dans les cinq ans suivant son entrée en vigueur (1997), ainsi que l'étude de cet examen par un comité parlementaire. En octobre 2002, l'examen intitulé *Stimuler la culture et l'innovation — Rapport sur les dispositions et l'application de la Loi sur le droit d'auteur*[11] a été achevé et renvoyé au Comité permanent du patrimoine canadien de la Chambre des communes pour étude.

Étant donné que le Comité permanent du patrimoine canadien de la Chambre des communes a été chargé de réaliser cette étude, en mettant l'accent sur le droit d'auteur face à l'évolution rapide de la technologie, le Comité a jugé sage de ne pas faire de recommandations précises dans le présent rapport. En effet :

> **Le Comité reconnaît le besoin urgent de procéder en cette ère du numérique à une réforme du droit d'auteur et entend aborder toutes les questions pertinentes de la radiodiffusion au cours de son prochain examen de la *Loi sur le droit d'auteur*, comme la *Loi* l'exige.**

Notes en fin de chapitre

1 Un « signal de radiodiffusion à distance » consiste simplement en un signal qui ne peut être reçu avec une antenne en V parce que la source du signal est trop éloignée.
2 Susan Peacock, séance du Comité permanent du patrimoine canadien, 4 juin 2002.
3 Voir, par exemple, le témoignage de William Daly, vice-président exécutif et avocat en chef, Ligue nationale de hockey, séance du Comité permanent du patrimoine canadien, 6 juin 2002; Susan Peacock, vice-présidente, Association canadienne des distributeurs de films, séance du Comité permanent du patrimoine canadien, 4 juin 2002; Brian Robertson, président, l'Association de l'industrie canadienne de l'enregistrement, séance du Comité permanent du patrimoine canadien, 4 juin 2002.
4 L'Association canadienne des radiodiffuseurs, mémoire, 10 septembre 2001, p. 22.
5 Avis public de radiodiffusion CRTC 1999-84.
6 La décision du CRTC concernant les nouveaux médias est discutée dans le chapitre 14.
7 Farrell Miller, président, JumpTV, séance du Comité permanent du patrimoine canadien, 4 juin 2002.
8 *Ibid.*
9 Voir le témoignage de Chris Herringshaw, fondateur et agent en chef des technologies, Quova Inc., et Larry Korba, chef de groupe, Réseautique, Conseil national de recherches du Canada, séance du Comité permanent du patrimoine canadien 11 juin 2002.
10 Voir, par exemple, le témoignage de Ken Thompson, vice-président et avocat général,

Association de l'industrie canadienne de l'enregistrement, séance du Comité permanent du patrimoine canadien, 4 juin 2002; William Daly, vice-président exécutif et avocat en chef, Ligue nationale de hockey, séance du Comité permanent du patrimoine canadien, 6 juin 2002, et Ben Ivins, Senior Associate General Counsel, National Association of Broadcasters (É.-U.), séance du Comité permanent du patrimoine canadien, 30 mai 2002.

11 Farrell Miller, séance du Comité permanent du patrimoine canadien, 4 juin 2002.

12 William Daly, séance du Comité permanent du patrimoine canadien, 6 juin 2002. Voir aussi le témoignage de Gregory Piasetzki, conseiller juridique, FWS Joint Sports Claimants, Inc., et Jeff Pash, vice-président exécutif et avocat en chef, Ligue nationale de football, séance du Comité permanent du patrimoine canadien, 6 juin 2002.

13 Voir, par exemple, le témoignage de Paul Spurgeon, vice-président, Services juridiques et avocat en chef, Société canadienne des auteurs, compositeurs et éditeurs de musique, séance du Comité permanent du patrimoine canadien, 30 mai 2002. Voir aussi le témoignage Susan Peacock, vice-présidente, Association canadienne des distributeurs de films, séance du Comité permanent du patrimoine canadien, 4 juin 2002.

14 Susan Peacock, séance du Comité permanent du patrimoine canadien, 4 juin 2002.

15 Lettre à Michael Kergin, Ambassadeur du Canada aux États-Unis, 4 juin 2002.

16 Avis public de radiodiffusion CRTC 2003-2.

17 D. Vaver, *Copyright Law* (Toronto: Irwin Law Inc., 2000), p. 30.

18 *Télé-Métropole Inc.* c. *Bishop* (indexé sous *Bishop* c. *Stevens*), [1990] 2 S.C.R. 467.

19 *Loi sur le droit d'auteur*, R.S., c. C-30, s. 30.8(8).

20 Voir par exemple, Association canadienne des radiodiffuseurs, p. 22.

21 Voir l'Association canadienne des radiodiffuseurs, p. 22, et témoignage de Glenn O'Farrell, président et président-directeur général, Association canadienne des radiodiffuseurs, séance du Comité permanent du patrimoine canadien, 21 mars 2002. Voir aussi le témoignage de Peter Miller, vice-président, Planification et Affaires réglementaires, CHUM, séance du Comité permanent du patrimoine canadien, 21 mars 2002.

22 *Stimuler la culture et l'innovation — Rapport sur les dispositions et l'application de la Loi sur le droit d'auteur*, www.strategis.ic.gc.ca.

MAINTIEN D'UN SYSTÈME UNIQUE

Chapitre 14

Internet

Comme il est dit aux chapitres 3 et 4, les innovations dans les technologies des communications ont facilité la convergence de divers médias (radio, musique, presse, jeux, films, etc.) sur Internet. Ce phénomène a non seulement précipité une profonde transformation de notre façon — celle des jeunes d'aujourd'hui surtout — de communiquer et de nous renseigner, mais a permis aux habitants de la planète de court-circuiter les sources traditionnelles d'information pour accéder à divers contenus. De sorte que depuis quelques années plusieurs pays, dont le Canada, débattent des avantages et des inconvénients de la « réglementation d'Internet ».

La « réglementation d'Internet » est une notion qui couvre une grande partie du paysage législatif potentiel. Comme l'a souligné le professeur Elizabeth Judge, « la réglementation d'Internet est un terme général[1] » qui peut s'appliquer à toute une gamme de secteurs législatifs différents. « Une loi peut réglementer les joueurs d'Internet, comme les fournisseurs de services, l'infrastructure, le contenu ou l'application de droits traditionnels ou de causes d'action dans Internet[2]. » En outre, la question de compétence — à savoir, quel gouvernement peut légiférer sur des « questions liées à Internet » — peut représenter un certain défi en termes de gouvernance et de répartition des pouvoirs :

> La question de la compétence nourrit de nombreuses discussions sur la réglementation d'Internet, de nombreux observateurs estimant qu'Internet est « sans frontières ». Les notions de compétence personnelle et juridictionnelle sont fonction de la géographie et des contacts physiques. Aussi, on croit que ces notions ne peuvent être facilement appliquées au cyberespace[3]. [traduction]

Nonobstant ces considérations, certains aspects de la réglementation d'Internet sont apparus comme des espaces relativement incontestés de compétence fédérale. Les « télégraphes » sont le seul mode de communication spécifiquement mentionné dans les articles sur la répartition des pouvoirs dans l'*Acte de l'Amérique du Nord britannique de 1867*; ils sont de compétence fédérale exclusive. Au fil des ans, les décisions de la Cour ont « étoffé la référence aux télégraphes et l'article 92(10) comprend maintenant le téléphone, la radio, la télévision et la télévision par câble qui sont de compétence fédérale[4] ».

Par conséquent, le gouvernement fédéral a compétence sur la radiodiffusion au Canada. Comme il est dit au chapitre 2, en 1968 le Parlement a créé le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC), une autorité publique ayant le mandat de réglementer et de superviser tous les aspects des systèmes de radiodiffusion et de télécommunications canadiens. Le CRTC a dû s'adapter à l'évolution rapide de nouvelles technologies de radiodiffusion et de communication; Internet et les nouveaux médias ne sont que les derniers exemples de cette évolution.

Les chapitres 3 et 4 retracent la genèse d'Internet comme moyen de communication et montrent l'étendue de son adoption par les habitants du Canada et du monde. Bref, on y explique qu'Internet est une série de règles pour communiquer par l'intermédiaire d'un réseau informatique et, à plusieurs égards, l'équivalent électronique d'un bureau de poste[5].

Le chapitre 13 examine les défis que représentent pour le régime actuel des droits d'auteur ceux qui souhaitent retransmettre sur Internet des signaux de radiodiffusion en direct. Comme nous l'avons vu, les modifications récentes à la *Loi sur le droit d'auteur* ont créé un « créneau réservé » qui interdit aux aspirants distributeurs d'émissions sur Internet le droit de demander une licence obligatoire pour retransmettre les signaux de la radiodiffusion classique.

Ce chapitre traite de questions de réglementation liées au potentiel d'Internet en tant que plate-forme pour la transmission de programmes au public. D'abord, un survol de la façon dont les lois et les politiques actuelles s'appliquent à Internet, suivi d'un résumé de ce que le Comité a entendu au sujet de la réglementation d'Internet.

A. Comment les lois et les politiques actuelles s'appliquent-elles?

Depuis près de dix ans, on se demande où se situent les points de rencontre entre Internet et la réglementation. Dans une étude de 1995 sur la façon dont le Canada peut le mieux relever les défis de « l'autoroute de l'information », par exemple, le Comité consultatif sur l'autoroute de l'information (le « Comité consultatif ») a traité de plusieurs thèmes qui devaient être évoqués au cours des audiences du CRTC en 1998 et de la présente étude du Comité[6]. Ces thèmes communs comprenaient la

question du contenu canadien et l'applicabilité des lois et règlements actuels à Internet, particulièrement lorsqu'ils concernent la protection des droits d'auteur et la propriété intellectuelle et la présence de matériel illégal et offensant sur Internet[7].

Le droit d'auteur

Dans son étude de 1995, le Comité consultatif examine en quoi l'élaboration de nouvelles technologies — en particulier la numérisation et l'interactivité — aurait une incidence sur les questions fondamentales du droit d'auteur. Ces nouvelles technologies rendent beaucoup plus faciles qu'avant la reproduction illégale et la nouvelle publication intégrale d'œuvres protégées par le droit d'auteur. Ainsi, l'étude note que la possibilité de « piratage, d'utilisation non autorisée et de reproduction d'œuvres protégées et les répercussions économiques qui s'ensuivent sont une cause de préoccupation pour les créateurs et les producteurs[8] ».

Constatant le besoin de maintenir l'équilibre entre les droits des créateurs pour qu'ils bénéficient de l'usage de leurs œuvres et le besoin des usagers d'avoir accès à ces œuvres, le Comité consultatif recommande que le gouvernement fédéral adopte « des principes pour aider les parties concernées à régler les problèmes posés par une numérisation accélérée[9] » :

> Inciter l'industrie, les créateurs et les usagers à élaborer et à mettre en œuvre un cadre administratif et réglementaire que toutes les parties intéressées soient en mesure de comprendre et d'appliquer facilement, et qui ne soit pas perçu comme un obstacle à l'accès au contenu ou à son utilisation sur l'autoroute de l'information[10].

Après examen du droit de distribuer des œuvres protégées dans Internet, le Comité consultatif constate :

> Le droit de transmettre une œuvre au public par télécommunication que l'on trouve actuellement dans la *Loi sur le droit d'auteur* s'applique clairement à la transmission électronique des œuvres au public. *Par conséquent, le besoin d'introduire un droit de distribution par voie électronique n'est pas justifié*[11].

Le Comité consultatif conclut finalement, en se fondant sur les témoignages entendus aux audiences, que :

> ...les questions les plus difficiles à régler en vue d'aménager une autoroute de l'information vraiment canadienne, avec de nouveaux

> produits et services canadiens, *n'avaient pas trait aux lois ou aux politiques, mais étaient plutôt de nature administrative ou technique*. À cet égard, l'industrie accorde la priorité absolue à l'application du droit d'auteur et à l'affranchissement des droits[12].

Le Comité consultatif a trouvé que le régime actuel de lois et politiques est « assez souple pour donner les moyens de faire respecter efficacement le droit d'auteur sur l'autoroute de l'information, et pour offrir aux utilisateurs un accès raisonnable aux ouvrages protégés[13] ». En conclusion, selon lui, le rôle le plus important que le gouvernement puisse jouer est éducatif, en travaillant avec l'industrie à l'élaboration d'une campagne de sensibilisation visant à informer les usagers et les créateurs sur l'usage du droit d'auteur dans Internet[14].

Matériel illégal et offensant

En ce qui a trait à la meilleure façon de s'attaquer au problème du matériel illégal et offensant sur Internet, le Comité consultatif a noté que « la règle de loi s'applique tout autant à l'autoroute de l'information[15] ». Ainsi, le matériel interdit par le *Code criminel* — pornographie juvénile, obscénité, propagande haineuse — est illégal au Canada peu importe le support sur lequel il est transmis ou distribué.

Une question plus difficile est le matériel offensant, mais légal. « Par contenu potentiellement offensant, on entend entre autres, tout contenu sexuellement explicite ou d'une extrême violence, ou pouvant être considéré comme offensant pour des raisons d'ordre social, religieux, culturel ou moral[16] ». Dans ce cas, les problèmes d'application sont compliqués par les responsabilités qui diffèrent d'un gouvernement à l'autre :

> Au Canada, le contrôle du contenu relève de différents ordres de gouvernement. Outre l'application des dispositions du *Code criminel* et de la *Charte canadienne des droits et libertés*, le rôle du gouvernement fédéral, en ce qui concerne l'expression, est défini dans la *Loi sur les télécommunications*, la *Loi sur la radiodiffusion* et la *Loi canadienne sur les droits de la personne*. Les gouvernements provinciaux ont des bureaux de surveillance des films et des bandes vidéo qui permettent de faire respecter les règlements locaux, y compris l'interdiction de certains contenus et les restrictions touchant l'âge. Les administrations municipales ont des règlements qui régissent le zonage et les permis afin de limiter la distribution du divertissement pour adultes.

> Dans un monde numérique, des problèmes liés à l'application de la loi se posent en ce qui concerne les limites des compétences. ... Il faut se pencher sérieusement sur le droit et la capacité de contrôler l'information acheminée au foyer[17].

Constatant que ces questions de compétences sont encore plus compliquées du fait qu'à l'occasion le matériel jugé offensant dans une province peut être jugé acceptable dans une autre, le Comité consultatif reconnaît qu'il « faut prendre des dispositions bilatérales et multilatérales, à l'échelle internationale, pour traiter des communications offensantes ou illégales sur les réseaux mondiaux[18] ».

Concernant la meilleure façon de s'attaquer au problème du contenu légal mais offensant, le Comité consultatif croit que le gouvernement fédéral devrait mettre sur pied des programmes d'information afin de sensibiliser le public au fait que le principe de droit s'applique aux communications par ordinateur, et devrait s'allier aux acteurs de l'industrie afin de faciliter l'élaboration « d'un code d'éthique et de pratiques modèles reflétant les valeurs communautaires ainsi que pour offrir des programmes communautaires de sensibilisation[19] ».

En outre, le gouvernement fédéral devrait former un comité technique pour :

> Trouver des solutions techniques garantissant aux particuliers ... la possibilité de choisir facilement le contenu qu'ils désirent. (Par exemple, l'utilisation de mots de passe permet de limiter l'accès; la validation d'usager et certains mécanismes de paiement permettent de faire respecter les restrictions d'âge; et des filtres adaptatifs sur les ordinateurs personnels au foyer permettent d'empêcher l'accès à un contenu violent ou sexuel inapproprié[20].)

Et pour :

> Trouver des solutions techniques garantissant que tout le matériel provenant de sources canadiennes distribué sur Internet peut être attribué à une personne et à un site vérifiables. ... La disponibilité de cette information devrait être assujettie aux lignes directrices plus étendues concernant la vie privée[21].

L'étude du Comité consultatif sur l'autoroute de l'information portant sur le contenu illégal et offensant diffusé dans Internet, parue en 2000, traite aussi de la sensibilisation du public, d'éducation, de savoir, de solutions techniques et de recommandations d'autoréglementation par l'industrie[22].

Décision du CRTC concernant les nouveaux médias

En juillet 1998, le CRTC a sollicité des observations sur la « gamme de services de plus en plus nombreux offerts à une clientèle croissante et collectivement appelés *nouveaux médias*[1] ». Le CRTC a reçu plus de 1 000 réponses de parties intéressées portant sur toute une gamme de sujets, provenant de particuliers, de groupes, d'industries, de compagnies multimédias et d'entreprises de radiodiffusion traditionnelles. Les mémoires reçus, l'information recueillie et les consultations menées ont permis au CRTC de prendre la décision tant attendue en mai 1999 d'exempter les nouveaux médias de la réglementation régissant la radiodiffusion, c.-à-d. de *ne pas réglementer* Internet.

La diversité des réponses reçues reflète la diversité des services de communication que recouvrent les « nouveaux médias ». Ces produits et services peuvent inclure, « mais sans s'y limiter, les jeux vidéo, les CD-ROM, le courrier électronique (courriel), les services de messagerie en ligne, la télécopie, le commerce électronique, la téléphonie PI et les services transmis par le World Wide Web et Internet[2] ». Le CRTC a retenu la définition de travail suivante :

> Les nouveaux médias peuvent être décrits comme englobant seuls, en combinaison, interactifs ou pas, les services et les produits qui utilisent la vidéo numérique, l'audio, les images et les textes alphanumériques, et comprenant, en plus d'autres moyens traditionnels de distribution, la distribution numérique sur des réseaux interconnectés localement ou à l'échelle mondiale[3].

En sollicitant des observations et en menant des consultations publiques sur les nouveaux médias, le Conseil voulait aborder le problème suivant, à savoir si les transmissions des nouveaux médias constituent de la « radiodiffusion » au sens de la *Loi sur la radiodiffusion* et, dans l'affirmative, si elles devraient être réglementées.

À l'article 2(1) de la *Loi sur la radiodiffusion*, « radiodiffusion » signifie :

> Toute transmission, à l'aide d'ondes radioélectriques ou de tout autre moyen de télécommunication, d'émissions encodées ou non destinées à être reçues par le public à l'aide d'un récepteur, à l'exception de celle qui est destinée à la présentation dans un lieu public seulement.

Le terme « émission » est défini ainsi dans la *Loi* :

> Les sons ou les images, ou leur combinaison, destinés à informer ou divertir, à l'exception des images, muettes ou non, consistant essentiellement en des lettres ou des chiffres.

C'est le dernier élément de la définition qui soustrait une grande partie du contenu des nouveaux médias au concept de radiodiffusion, étant donné que la plupart des documents sur Internet sont composés principalement de textes alphanumériques plutôt que de sons ou d'images. Ainsi, les textes alphanumériques dans Internet ne font pas partie du champ d'application de la *Loi sur la radiodiffusion* et ne peuvent être réglementés par le CRTC[26].

La question du contenu d'Internet, constitué principalement de vidéos, de sons, d'images fixes ou de combinaison de ces éléments, demeure. Premièrement, le Conseil a observé que même si l'information affichée ou versée dans Internet peut être considérée comme étant affichée publiquement, Internet n'est pas, en soi, un « lieu public » au sens de la *Loi*. Des émissions ne sont pas transmises au cyberespace, mais avec son aide, et elles sont reçues dans un lieu physique, par exemple un bureau ou un foyer[27] ».

Par ailleurs, pour déterminer si les émissions transmises sont « destinées à être reçues par le public » selon la définition de l'article 2(1) de la *Loi sur la radiodiffusion*, le Conseil estime qu'il est important d'établir une distinction entre la capacité d'obtenir du contenu Internet « sur demande » — le caractère non simultané des services Internet — et celle de l'utilisateur final de « personnaliser » lui-même le contenu ou d'interagir avec lui pour le façonner, selon ses besoins et intérêts[28] ». Ne trouvant rien dans la *Loi* exigeant que les émissions transmises soient reçues par le public selon un horaire fixe ou vues simultanément par divers utilisateurs, le Conseil estime que les émissions qui sont transmises au public sur demande sont « destinées à être reçues par le public[29] ».

Toutefois, la notion de « destiné à être reçu par le public » tombe si le contenu a été personnalisé par l'utilisateur final de manière telle qu'il en retire une expérience individuelle — personnelle — en créant son propre contenu. Le Conseil croit que ce genre de contenu ne peut être considéré comme étant « destiné à être reçu par le public[30] » et estime par conséquent qu'il échappe à l'application de la *Loi sur la radiodiffusion*. C'est le

degré de personnalisation qui est important. Dans le cas d'une émission qui serait personnalisée de façon similaire, voire identique, mais où l'utilisateur serait incapable de choisir différents angles de caméra ou points de vue, s'agissant d'une activité sportive, par exemple, le contenu constituerait une transmission d'émission destinée à être reçue par le public et, donc, « pour diffusion ».

Aux termes du paragraphe 9(4) de la *Loi sur la radiodiffusion*, le Conseil soustrait les exploitants d'entreprise de radiodiffusion à l'obligation d'obtenir une licence comme le précise la *Loi*, s'il estime l'exécution sans conséquence majeure sur la mise en œuvre de la politique canadienne de radiodiffusion définie au paragraphe 3(1). Après examen et études des mémoires, le Conseil croit que l'industrie des nouveaux médias au Canada est dynamique, hautement concurrentielle et réussit bien sans réglementation et que, « l'obligation, pour les nouveaux médias, de détenir une licence ne contribuerait d'aucune façon à leur développement, pas plus qu'elle n'augmenterait les bénéfices qu'en retirent les citoyens, les consommateurs et le monde des affaires, au Canada[11] ».

C'est ainsi qu'en mai 1999, le CRTC a rendu une « ordonnance d'exemption sans modalités ni conditions, pour les entreprises offrant des services de radiodiffusion sur Internet, en tout ou en partie, au Canada[12] ». On pourrait résumer sa décision ainsi :

> Le matériel transmis dans Internet qui est constitué principalement de chiffres et de lettres n'est pas par définition pour diffusion;
>
> Le matériel transmis dans Internet qui peut être personnalisé n'est pas pour diffusion; et
>
> Le contenu restant qui ne correspond pas à la définition établie dans la *Loi sur la radiodiffusion* est exempt de réglementation[13].

Le contenu canadien dans Internet

Dans ses audiences sur les nouveaux médias, le CRTC souhaitait obtenir des commentaires sur la disponibilité et la visibilité du contenu canadien dans Internet, et savoir si des incitatifs ou des mesures réglementaires étaient nécessaires pour « inciter l'industrie des nouveaux médias d'aujourd'hui et de demain à développer, produire, promouvoir et distribuer du contenu et des services canadiens[14] ». Le Conseil a recueilli une variété d'avis sur la question de la réglementation, depuis l'absence totale de

réglementation, jusqu'au financement direct et aux incitatifs fiscaux comme moyen de réglementation, en passant par la réglementation comme seul moyen de produire, de promouvoir et de garantir une présence canadienne sur Internet.

Le CRTC a constaté que la présence canadienne sur Internet est déjà très forte, comme en font foi le « nombre impressionnant » de sites canadiens, les partenariats clés entre fournisseurs de services Internet et éditeurs de contenu en vue de créer un contenu canadien, l'expansion de nombreuses entreprises traditionnelles canadiennes, et la disponibilité des outils de recherche qui permettent de trouver plus facilement le contenu canadien[15]. De fait, il s'est intéressé à la quantité de contenu canadien dans Internet :

> Des participants ont cité des statistiques indiquant que les sites Web canadiens représentent environ 5 % de tous les sites Web d'Internet. La disponibilité de fureteurs canadiens facilite l'accès au contenu canadien des nouveaux médias. Environ 5 % du contenu total d'Internet est en langue française[16].

C'est ainsi qu'il peut affirmer :

> Il existe, aujourd'hui sur Internet, une quantité importante de contenu et de services canadiens de nouveaux médias et amplement d'incitatifs à l'entreprise et au marché pour en soutenir la production et la distribution. En fait, plusieurs parties ont déclaré que toute réglementation serait un handicap et non une aide à la production et à la distribution de contenu canadien de nouveaux médias. Donc, politiquement, rien ne justifie que le Conseil impose des mesures réglementaires pour stimuler la production et la distribution de contenu canadien[17].

Comme rien n'indiquait que la visibilité sur Internet du contenu canadien constituait un problème, le Conseil a décidé que, politiquement, rien ne justifiait des mesures réglementaires pour soutenir l'accès au contenu canadien sur Internet[18].

Contenu illégal et offensant dans Internet

La question de savoir comment s'attaquer au problème du contenu illégal, offensant et inadmissible diffusé dans Internet a fait l'objet de nombreuses observations et opinions. Certains participants, faisant remarquer à quel point il est facile d'accéder à du contenu offensant et inadmissible et de le diffuser, ont demandé au Conseil de réglementer ce genre de contenu[19].

D'autres croient que le CRTC ou un autre organisme de réglementation du contenu illégal devrait se substituer au long et ardu processus judiciaire actuel, régi par les dispositions du *Code criminel*[10]. Par ailleurs, il a été suggéré de conférer à la Commission canadienne des droits de la personne des pouvoirs supplémentaires pour lutter contre la propagande haineuse sur Internet.

D'autres participants pensent que la meilleure façon de remédier au problème du contenu offensant et inacceptable sur Internet est l'autoréglementation de l'industrie et l'élaboration de codes d'éthique contraignants. On a suggéré que des partenaires des secteurs public et privé soient associés à ces travaux. On a aussi noté que les coupe-feu, conçus pour contrôler l'accès au contenu inacceptable, sont des outils efficaces.

Pour ce qui est du contenu illégal diffusé dans Internet, la majorité des participants croient que les lois canadiennes d'application générale, ainsi que les initiatives d'autoréglementation, sont des moyens plus appropriés de s'attaquer à ce type de contenu qu'une réglementation en vertu de la *Loi sur la radiodiffusion*. L'incitation publique à la haine, par exemple, est une infraction aux termes du *Code criminel*[11]. En outre, la propagande haineuse est essentiellement alphanumérique, et par définition, un texte alphanumérique n'est pas pour diffusion selon le sens de la *Loi sur la radiodiffusion*, de sorte qu'elle échappe à la réglementation du CRTC.

La pornographie juvénile et le matériel obscène sont illégaux, quel que soit le mode de transmission, et le matériel obscène diffusé sur Internet relève des dispositions du *Code criminel* relatives à la fabrication, la publication, la distribution ou la circulation d'un tel matériel[12]. Le Conseil croit que le droit pénal, ainsi que l'établissement de services de plaintes téléphoniques, de postes d'ombudsman dans l'industrie et d'ententes internationales, ainsi qu'une sensibilisation accrue, sont des moyens plus appropriés pour remédier à ce problème et à celui du contenu illégal dans Internet[13].

B. Ce que les témoins ont dit

Les constatations du CRTC dans son étude globale des mémoires sur la réglementation de la radiodiffusion de nouveaux médias nous fournissent un point de repère utile pour l'étude du Comité sur la situation de la radiodiffusion au Canada. De nombreux témoins se sont reportés à des éléments de l'avis public de radiodiffusion CRTC 1999-84, relativement à l'approche à adopter pour la diffusion de nouveaux médias.

Les mémoires présentés au Comité sur la réglementation d'Internet en termes de radiodiffusion étaient axés sur trois points : le contenu canadien, l'application éventuelle des lois et politiques à Internet et l'autoréglementation par les intervenants d'Internet. Ces questions, qui étaient principalement des arguments pour ou contre la réglementation d'Internet en vue d'encourager la production d'un contenu canadien, seront également examinées.

Pour la réglementation

Un des buts premiers de la *Loi sur la radiodiffusion* est de maintenir et mettre en valeur l'identité nationale et la souveraineté culturelle en favorisant l'épanouissement de nos modes d'expression et en faisant connaître les artistes canadiens[11]. Le contenu canadien sur Internet a justement suscité beaucoup d'intérêt chez de nombreux témoins entendus par le Comité ou dans les mémoires qu'il a reçus.

M. Jacques Primeau, président de l'Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo, s'est dit fortement en faveur de la réglementation d'Internet. Dans un témoignage éloquent, résumant les vues et préoccupations de plusieurs parties en faveur de la réglementation, il a demandé que la décision du CRTC de ne pas réglementer Internet soit revue. Il s'est dit particulièrement préoccupé par la capacité de mettre en valeur et de promouvoir le contenu canadien avec les nouveaux développements technologiques et la mondialisation. Il a notamment déclaré :

> ... une des tâches les plus utiles que pourrait accomplir le comité serait de concentrer sa réflexion à élaborer des modalités concrètes de réglementation de la radiodiffusion sur Internet. ... la décision de ne pas réglementer Internet prise par le CRTC en 1999 doit impérativement être revue à la lumière des développements technologiques survenus depuis. ...
>
> Pour la réglementation de l'Internet, c'est sûr, il va falloir trouver des moyens différents de ceux qu'on a connus dans le passé. Il va falloir être créatif dans la réglementation sur Internet pour s'assurer de deux choses. Premièrement, est-ce que les gens qui distribuent les services d'Internet sont traités sur un même pied que les gens qui distribuent la télé par câble ou qui distribuent la télé par lien hertzien ou autrement. ...

> Il faut, deuxièmement, non pas simplement punir mais plutôt encourager les initiatives d'entreprises canadiennes qui mettent en valeur le talent canadien sur Internet. C'est en ce sens qu'on pourrait réglementer[11].

M. Jean-Pierre Lefebvre, président de l'Association des réalisateurs et des réalisatrices du Québec, a aussi fait valoir la nécessité d'une réglementation d'Internet à la lumière des grands objectifs des politiques de la radiodiffusion canadienne :

> Le contenu canadien est la raison d'être même, la finalité ultime de notre système. Les lois, les politiques, les règlements, les ordonnances du gouverneur en conseil, l'activité de surveillance et d'encadrement exercée par le CRTC poursuivent tous un même objectif : assurer que l'ensemble des citoyens canadiens aient un large accès à une programmation enracinée ici, qui reflète leurs réalités, leurs valeurs, leurs perceptions du monde.
>
> Cet objectif, on ne doit jamais le perdre de vue. Dans le processus de révision en cours, il importe que tous les efforts soient faits pour conserver et renforcer les mesures qui favorisent la création, le financement, la présentation et la promotion d'une programmation canadienne de grande qualité qui réponde aux besoins diversifiés des publics canadiens.
>
> Dans cet univers en expansion, il faut être résolument proactif et déterminé à prendre sa place. Des efforts exceptionnels doivent être consentis et conjugués pour assurer une présence soutenue des contenus canadiens sur tous les fronts : de la radio et la télévision hertzienne à l'Internet en passant par la télévision spécialisée, les services sonores payants et la vidéo sur demande[12].

Certains témoins étaient moins sûrs que la réglementation soit la meilleure façon de garantir le contenu canadien, mais ils ont néanmoins indiqué qu'ils souhaitaient que la décision du CRTC de ne pas réglementer Internet soit revue. Par exemple, Mme Megan Williams, directrice nationale de la Conférence canadienne des arts, a dit au Comité :

> Nous estimons que la décision prise par le CRTC de renoncer à son étude d'Internet était prématurée. Nous pensons qu'il lui faut continuer à surveiller ce secteur en s'assurant que le contenu canadien sur Internet est suffisant. Nous ne voulons pas dire par là que le CRTC peut réglementer Internet, mais nous considérons qu'il

> peut trouver les moyens de s'assurer que le contenu canadien y figure bien, dans les deux langues officielles[47].

M. Richard Paradis, président de l'Association canadienne des distributeurs et des exportateurs de films partage ce point de vue; il a suggéré la tenue d'une consultation publique sur la réglementation d'Internet. L'adoption d'une telle réglementation, selon lui, n'était qu'une question de temps étant donné la portée mondiale, l'interconnectivité internationale et l'importance financière d'Internet. Dans ce sens, il a indiqué :

> Le ministre a demandé aux Canadiens de dire comment ils concevaient le contenu canadien et d'en donner une définition dans le nouveau contexte actuel, et nous allons tous participer à cet exercice. Je crois que le gouvernement ou le ministre pourrait effectivement poser des questions à la population canadienne. Pensez-vous qu'il faille réglementer l'Internet? Quelle est votre opinion à ce sujet? On pourrait ainsi stimuler la créativité et recueillir de bonnes idées[48].

En ce qui concerne les problèmes de réglementation d'une technologie mondiale qui évolue aussi rapidement qu'Internet, des témoins ont reconnu la difficulté d'une telle entreprise, mais ont avancé que la réglementation était possible et nécessaire. Par exemple, M. Jacques Primeau, président de l'Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo, a déclaré :

> Non seulement le gouvernement canadien peut, mais il doit réglementer les activités de radiodiffusion sur le Net. Il en va de la bonne santé financière des entreprises qui composent le système, de la protection et de la juste rétribution des titulaires de droit comme du maintien de l'accès des Canadiens à des contenus culturels canadiens variés, de qualité et attrayants[49].

M. Peter Sandmark, directeur national, Alliance de la vidéo et du cinéma indépendants, s'est dit en faveur de réglementer Internet pour garantir le contenu canadien :

> L'Alliance de la vidéo et du cinéma indépendants recommande que le Comité permanent renforce l'obligation pour les radiodiffuseurs de présenter la production des créateurs indépendants canadiens de cinéma et de vidéo et la production des artistes indépendants

> canadiens des nouveaux médias dans les sites Internet des radiodiffuseurs[11].

Les questions de contenu canadien n'étaient pas les seules soulevées par les témoins en faveur de réglementer Internet. Il a été suggéré de renforcer la réglementation et la législation existantes pour mieux protéger les droits d'auteur. Mme Anne-Marie Des Roches, directrice des affaires publiques, Union des artistes, a évoqué la réglementation éventuelle d'Internet en ce qui concerne les fournisseurs de service Internet :

> En termes de réglementation, [...] il faut vraiment regarder les coréglementations, les réglementations par contrat, et comment on peut en arriver à un consensus au lieu de toujours dire que c'est la responsabilité de quelqu'un d'autre, que ce n'est pas moi qui suis responsable. Je pense qu'il faut se prendre en main, comme société, et responsabiliser tous les niveaux d'acteurs en termes de réglementation sur l'Internet[12].

Un autre témoin voyait la réglementation d'Internet — du moins en ce qui a trait à la protection des droits d'auteur — comme la prochaine étape nécessaire dans l'évolution de la technologie. Mme Francine Bertrand Venne, directrice générale, Société professionnelle des auteurs et des compositeurs du Québec :

> Je voudrais tout simplement vous donner quelques exemples où le gouvernement, les réglementations et les lois pourraient nous servir de modèles. Je pense aux câblodistributeurs qui, pendant des années, disaient qu'ils n'étaient que des *carriers*, comme les fournisseurs d'accès à l'Internet. Avec le temps, avec la revendication du droit d'auteur, on a démontré qu'ils étaient des usagers de droits d'auteur et on a réparti la facture entre les câblodistributeurs et les stations spécialisées. Modelons-nous sur un exemple comme celui-là pour nous dire qu'avec l'Internet, on pourrait aussi rétablir certains ponts[13].

Contre la réglementation

D'autre part, plusieurs témoins ont suggéré que la réglementation d'Internet n'était pas nécessaire. Notamment Mme Susan Peacock, vice-présidente, Association canadienne des distributeurs de films :

> La politique de radiodiffusion actuelle, dans son application aux technologies traditionnelles, reposait sur la rareté des fréquences et sur le coût élevé de production et distribution d'un contenu d'intérêt

> général... Quel que soit le fondement ou la valeur des règlements de radiodiffusion, les préoccupations qui sont à leur origine ont en partie disparu. Certaines ont été atténuées par la nouvelle technologie, comme la disponibilité d'espace d'entreposage illimité[11].

Plusieurs témoins ont soutenu que le contenu canadien peut être amélioré et mis en valeur sur Internet sans réglementation. Et ils ont été nombreux à dire au Comité que les lois existantes étaient suffisantes pour régler le problème du contenu illégal ou condamnable sur Internet.

M. Jay Thompson, président de l'Association canadienne des fournisseurs d'Internet, s'est élevé fortement contre la réglementation d'Internet. À propos de la relation entre la politique de radiodiffusion canadienne et Internet, il a déclaré au Comité :

> Monsieur le président, le CRTC a bien fait de décider, en mai 1999, de ne pas essayer d'imposer un règlement genre radiodiffusion aux FSI ni aux fournisseurs de contenu Internet. Même si l'on peut soutenir qu'une partie — de plus en plus grande — du contenu Internet est visée par la définition légale de la « programmation » et même s'il était possible d'appliquer des règles canadiennes ou d'autres règles de radiodiffusion similaires à ce contenu — ce qui n'est pas le cas — il n'est pas nécessaire de le faire pour atteindre les objectifs de la *Loi sur la radiodiffusion*. Il y a toutes sortes de contenu canadien sur Internet. Ce contenu est facilement accessible et peut-être créé et distribué par quiconque a accès à un ordinateur et à Internet.
>
> La politique canadienne de radiodiffusion telle qu'établie au paragraphe 3(1) de la *Loi sur la radiodiffusion* demeure pertinente et opportune. La réglementation prévue au paragraphe 5(2) de la loi confère déjà au CRTC la souplesse nécessaire pour s'adapter aisément aux progrès scientifiques et techniques, et le paragraphe 9(4) permet au conseil de soustraire des exploitants d'entreprise de radiodiffusion à toute obligation découlant de la loi ou de ses règlements d'application dont il estime l'exécution sans conséquence majeure sur la mise en œuvre de la politique canadienne de radiodiffusion. Pour chacun des défis que le réseau Internet pose aux radiodiffuseurs et au réseau canadien de radiodiffusion, il y a une possibilité que le milieu canadien de la radiodiffusion exploite de plus en plus, dans son intérêt et au profit des consommateurs canadiens[12].

Plusieurs témoins ont abordé la question du contenu canadien dans Internet. D'après un témoignage, le contenu canadien peut être amélioré

et mis en valeur et connaître un plein essor sans réglementation. Un témoin a indiqué au Comité que la diffusion aux Canadiens d'un contenu canadien dans Internet présentait un intérêt commercial et que, par conséquent, la réglementation n'était pas nécessaire :

> il s'agit en réalité de considérer ce que veulent les consommateurs ... Je dirais simplement que les Canadiens veulent du contenu canadien sur leur service Internet. Nous n'étions pas obligés d'en fournir, mais nous en fournissons parce que nous y avons commercialement intérêt[11].

Ce point de vue était partagé par M. Jay Thompson :

> Pour ce qui est du contenu canadien qui existe déjà sur Internet, il est accessible. On a accès sur Internet à de l'information sur les municipalités, les musées, les organisations culturelles, les activités culturelles, etc. Je suis plutôt intarissable sur ce sujet, mais j'estime que l'accès au contenu culturel canadien sur Internet est tel qu'il est inutile d'établir des règlements pour l'améliorer ou pour restreindre l'accès aux autres contenus[12].

Le Comité a appris que c'est la demande du public et la réponse du marché qui font que le contenu canadien se porte bien dans Internet, en l'absence de réglementation :

> La conclusion évidente, c'est que le renforcement de l'investissement étranger dans le système canadien de diffusion ne peut que renforcer les industries culturelles et le réseau de diffusion. Encore une fois, la réglementation et les conditions de licence ne nous obligeaient pas à agir ainsi. Nous l'avons fait parce que c'est rentable commercialement et parce que c'est ce que souhaitent les consommateurs canadiens.
>
> Je suis convaincu que le contenu canadien peut s'épanouir dans une économie de marché, et c'est bien ce que confirme de façon plus générale la situation actuelle d'Internet. En l'absence de toute réglementation concernant la propriété ou le contenu canadien, ce dernier continue à s'épanouir et les créateurs de contenu canadien prennent de l'expansion sur Internet.
>
> Cette conclusion a été un élément déterminant dans la décision du CRTC, en 1999, d'exempter les nouveaux médias d'Internet de la réglementation d'application de la *Loi sur la radiodiffusion*. Cette conclusion est tout aussi valable aujourd'hui. Dans le monde des

> consultations en direct, qui est régi par l'économie de marché, nos membres manifestent une nette préférence pour un contenu Internet véritablement canadien et choisissent en priorité des sources canadiennes de nouvelles, de sports et d'information financière.
>
> Il importe de reconnaître également qu'Internet rend le contenu canadien accessible aux internautes du monde entier[17].

Des vues semblables sur l'inutilité de réglementer Internet d'un point de vue commercial ont été présentées par M. Richard Ward, directeur exécutif, Community Media Education Society :

> Il est probablement moins difficile pour nous de nous adapter à Internet que pour nos grands-parents de s'adapter à l'arrivée de la radio. Les inventeurs de la radio et de la télévision pensaient que ces moyens de communication seraient utilisés pour l'éducation et l'information publique, mais aujourd'hui ce sont des entreprises d'abord et avant tout. La situation est la même pour Internet. Le gouvernement n'a pas besoin d'établir de règlements pour Internet tant qu'il sera disposé à en établir pour les entreprises.
>
> Il est permis de penser que les télévisions numériques seront semblables à l'accès à Internet. La télévision numérique peut facilement interagir avec Internet. Si des règlements sont établis pour la télévision, aucun règlement ne devra être établi pour Internet. On suppose peut-être que les télédiffuseurs ignorent les règlements, mais souvent c'est le cas contraire, surtout lorsque les télédiffuseurs indépendants font face à des entreprises tellement grandes que toute possibilité de concurrence est presque éliminée[18].

En réponse aux préoccupations quant à l'absence de réglementation gouvernementale et aux difficultés que cela pourrait créer, un témoin a parlé des mesures d'autoréglementation dont l'industrie s'est déjà dotée :

> Déjà en 1996, notre association, l'Association canadienne des fournisseurs Internet, a établi un code de conduite pour ses membres. En fait, notre association est une des premières associations Internet au monde à avoir établi un tel code de conduite. Ce code prévoit notamment que nos membres n'hébergeront pas sciemment un contenu illégal. Une fois que les autorités nous auront informés qu'un contenu figurant sur nos serveurs contrevient à la loi canadienne, nous retirerons ce contenu.
>
> En ce qui concerne le contenu qui n'est pas illégal, nous ne sommes pas en mesure de réglementer les goûts de nos utilisateurs.

> Nonobstant le fait que certains documents sur Internet — beaucoup de documents, en fait — peuvent être de mauvais goût — même de fort mauvais goût — aux yeux de beaucoup de gens, s'ils ne sont pas illégaux, ils ne sont pas illégaux[11].

S'inspirant des recommandations des études du Conseil consultatif sur l'autoroute de l'information (1995 et 2000) et de la décision de 1999 du CRTC de ne pas réglementer Internet (évoquée ci-dessus), des témoins se sont dits d'avis que la législation canadienne était suffisante pour traiter la question du contenu illégal en direct. Par exemple, M. Jay Thompson a affirmé ceci :

> ... les lois canadiennes qui s'appliquent hors ligne s'appliquent également en ligne. Tout ce qui est illégal hors ligne sera illégal si transmis ou réalisé en ligne. Notre organisation a appuyé fermement le projet de loi C-15A et l'idée d'établir clairement que la pornographie juvénile sur Internet est criminelle. Les lois s'appliquent au réseau Internet et elles peuvent réduire l'accès à un contenu de ce genre[12].

Pour les questions de droits d'auteur en direct, il a été suggéré qu'il suffirait pour protéger les détenteurs de droits de consolider et d'améliorer la législation actuelle, plutôt que d'adopter une loi s'appliquant spécifiquement à Internet :

> En modifiant la *Loi sur le droit d'auteur*, on pourra peut-être déterminer qui est responsable et dans quelles circonstances à l'égard des transmissions sur Internet. Néanmoins, le problème à résoudre consiste à trouver le moyen d'appliquer et de protéger les droits d'auteur. Pour cela, il faut s'adresser au secteur industriel lui-même et à la technologie. Les créateurs, producteurs et radiodiffuseurs du secteur reconnaissent qu'ils doivent pouvoir contrôler la distribution de leurs produits. Ils instaurent de nouvelles technologies pour ajouter à leurs programmes ce qui s'appelle des filigranes numériques — d'autres moyens de limiter l'accès ou le téléchargement. Mais les secteurs industriels eux-mêmes y voient, au moyen de la technologie. Je ne considère donc pas cela comme un problème, mais comme un défi que le secteur de la programmation et de la radiodiffusion est en mesure de relever[13].

Ce point de vue a été repris par d'autres témoins qui ont discuté de la relation entre les questions de droits d'auteur et la retransmission par Internet — c'est-à-dire la retransmission des émissions de télévision par Internet. Comme il a été dit au chapitre 11, la plupart des préoccupations

évoquées par les témoins quant à la retransmission par Internet et le droit d'auteur portaient essentiellement sur la facilité avec laquelle le matériel faisant l'objet de droits d'auteur pouvait être distribué à l'échelle mondiale par Internet sans que les redevances ne soient payées[52]. C'est la raison pour laquelle certains témoins se sont opposés fermement à la prolongation de la licence obligatoire aux retransmetteurs par Internet.

Comme il a été mentionné, la question de la retransmission sur Internet est maintenant théorique puisque le Parlement a modifié la *Loi sur le droit d'auteur* en avril 2002 pour créer une « exclusion des retransmissions par Internet » rendant expressément inadmissibles les radiodiffuseurs sur Internet à la licence obligatoire pour diffuser légalement des émissions sur Internet. Ceci étant dit, en juillet 2002, le CRTC a entrepris l'examen de cette question et a sollicité des avis relativement à la retransmission sur Internet, cherchant ainsi à connaître l'opinion du public sur « l'opportunité de modifier l'*Ordonnance d'exemption relative aux entreprises de radiodiffusion de nouveaux médias*... pour ce qui est des personnes qui retransmettent par Internet les signaux d'entreprises de programmation de télévision ou de radio en direct »[53].

Dans son rapport au gouverneur en conseil de janvier 2003, le CRTC réaffirme qu'il « n'estime ni nécessaire ni opportun d'exiger une licence pour les retransmetteurs sur Internet »[54].

C. Conclusion

Le Comité est d'avis que la radiodiffusion, peu importe la forme ou le procédé, tombe sous le coup de la *Loi sur la radiodiffusion* et relève de la compétence du CRTC. Ainsi, il est incontestable que la diffusion des services des nouveaux médias relève à la fois de la *Loi sur la radiodiffusion* et du CRTC.

Le Comité n'ignore pas que les services des nouveaux médias — qui ne se limitent pas à Internet — demeureront des éléments importants de la révolution numérique et technologique en ce qui concerne la radiodiffusion. Il est également conscient que la décision de 1999 du CRTC de ne pas appliquer la *Loi sur la radiodiffusion* pour réglementer les activités de ces médias sur Internet mérite d'être revisitée, compte tenu des innovations et des avancées technologiques.

Le CRTC a toutefois pour politique de revoir ses ordonnances d'exemption tous les cinq ans environ[23]. De sorte que l'exemption de 1999 concernant les nouveaux médias devrait être revue par le CRTC en 2004. Aussi, **le Comité estime qu'il serait prématuré de faire des recommandations relatives aux nouveaux médias, étant donné qu'un réexamen officiel est prévu dans un délai d'un an.**

Notes en fin de chapitre

1 E. F. Judge, "Communications: Distribution of Powers in the Internet Age", dans J. E. Magnet (dir.), *Constitutional Law of Canada*, Edmonton, Juriliber, 2001, p. 716.
2 *Ibid.*
3 *Ibid.*
4 *Ibid.*, p. 717. Voir, par exemple, *Toronto* vs. *Bell Téléphone Co.*, [1905] A.C. 52 (téléphone); *Radio Reference*, [1932] A.C. 304 (radio); *Capital Cities Communications* vs. *CRTC*, [1978] 2 S.C.R. 141 (radiodiffusion) et *Public Service Board* vs. *Dionne*, [1978] 2 S.C.R. 191 (télévision par câble). Toutes ces entreprises ont été jugées comme étant de compétence fédérale.
5 En termes techniques, un contenu Internet (comme un message ou des données) est divisé en petits paquets (semblables à une série d'enveloppes différentes) envoyés au destinataire. La route qu'empruntent les paquets dépend de la circulation sur le réseau d'ordinateurs connectés à Internet. Si une route est trop achalandée, les paquets voyageront par des voies moins occupées. Cela signifie qu'un courriel envoyé de Halifax (N.-É.) à Cranbrook (C.-B.) pourrait facilement voir certains de ses paquets envoyés à Toronto, Winnipeg et Calgary, tandis que d'autres passeraient par New York, Chicago, Seattle ou Vancouver. Cela n'a pas d'importance si les paquets empruntent des chemins différents, le tout se passe si vite que les paquets arrivent à destination à une seconde près en même temps.
6 *Contact, Communauté, Contenu : le défi de l'autoroute de l'information*, rapport final du Comité consultatif sur l'autoroute de l'information, Ottawa, Ministre des Approvisionnements et Services, 1995.
7 La meilleure façon de traiter le contenu illégal et offensant diffusé sur Internet a fait l'objet d'autres études, comme l'examen effectué par le Comité consultatif en 2000 : *Le contenu illégal et offensant diffusé dans Internet : Stratégie canadienne pour l'utilisation sécuritaire, prudente et responsable d'Internet*, Ottawa, Industrie Canada, 2000.
8 *Contact, Communauté, Contenu*, p. 35.
9 *Ibid.*, p. 112.
10 *Ibid.*, p. 113.
11 *Ibid.*, p. 118. (Souligné par nous.)
12 *Ibid.*, p. 38. (Souligné par nous.)
13 *Ibid.*
14 *Ibid.*, p. 118-119.
15 *Ibid.*, p. 48.
16 *Le contenu illégal et offensant*.
17 *Contact, Communauté, Contenu*, p. 132.
18 *Ibid.*, p. 48-49.
19 *Ibid.*, p. 133.
20 *Ibid.*, p. 134.
21 *Ibid.*
22 *Le contenu illégal et offensant*.
23 Avis public du CRTC, 1999-84.
24 *Ibid.*
25 *Ibid.*
26 *Ibid.*
27 *Ibid.*
28 *Ibid.*

29 *Ibid.*
30 *Ibid.*
31 *Ibid.*
32 *Ibid.*
33 *Ibid.*
34 *Ibid.*
35 *Ibid.*
36 *Ibid.*
37 *Ibid.*
38 *Ibid.*
39 *Ibid.*
40 *Ibid.*
41 *Code criminel* (L.R. 1985, ch. C-46), art. 319.2).
42 *Code criminel* (L.R. 1985, ch. C-46), art. 163.8).
43 Avis public CRTC 1999-84.
44 *Loi sur la radiodiffusion*, 1991, ch. 11, alinéas 3(1)(b) et (d)(ii).
45 Séance du Comité permanent du patrimoine canadien, le 16 avril 2002.
46 *Ibid.*
47 Séance du Comité permanent du patrimoine canadien, le 23 avril 2002.
48 Séance du Comité permanent du patrimoine canadien, le16 avril 2002.
49 *Ibid.*
50 Séance du Comité permanent du patrimoine canadien, le 21 mai 2002.
51 Séance du Comité permanent du patrimoine canadien, le 16 avril 2002.
52 *Ibid.*
53 Séance du Comité permanent du patrimoine canadien, le 21 mai 2002.
54 Séance du Comité permanent du patrimoine canadien, le 31 janvier 2002.
55 Séance du Comité permanent du patrimoine canadien, le 12 mars 2002.
56 Séance du Comité permanent du patrimoine canadien, le 31 janvier 2002.
57 Ian Hembery, vice-président, Relations gouvernementales et communications, AOL Canada, Séance du Comité permanent du patrimoine canadien, le 12 mars 2002.
58 Séance du Comité permanent du patrimoine canadien, le 25 février 2002.
59 Jay Thompson, Séance du Comité permanent du patrimoine canadien, le 31 janvier 2002.
60 *Ibid.*
61 *Ibid.*
62 Voir le témoignage de M. Paul Spurgeon, vice-président, Services juridiques et conseil général, Société canadienne des auteurs, compositeurs et éditeurs de musique, Séance du Comité permanent du patrimoine canadien, le 30 mai 2002. Voir aussi le témoignage de Mme Susan Peacock, vice-présidente, Association canadienne des distributeurs de films, Séance du Comité permanent du patrimoine canadien, le 4 juin 2002.
63 Avis public CRTC 2002-38.
64 Avis public CRTC 2003-2.
65 *Ibid.*

MAINTIEN D'UN SYSTÈME UNIQUE

Chapitre 15

Accès

Il est mentionné à l'article 3 de la *Loi sur la radiodiffusion* que « le système devrait offrir une programmation adaptée aux besoins des personnes atteintes d'une déficience, au fur et à mesure de la disponibilité des moyens »[1]. Cet article a été ajouté en réponse à une recommandation faite par le Comité permanent des communications et de la culture dans son rapport de 1987 sur le système canadien de radiodiffusion[2].

Les malentendants et les malvoyants disposent de diverses formules pour y avoir accès. Le sous-titrage codé, par exemple, pour les sourds ou malentendants. Et pour les aveugles ou malvoyants, la description sonore et les services d'audiovision — ou l'audiovision, comme on dit aussi; ils peuvent aussi recourir au National Broadcast Reading Service (VoicePrint) ou à La Magnétothèque.

La prolifération des canaux et la présence de trois mécanismes de distribution distincts (conventionnel, câblodistribution et satellite) ont toutefois créé des difficultés importantes pour ce qui est de fournir ces services aux personnes handicapées. Ce chapitre fait le point sur ce que les témoins ont dit au Comité au sujet de l'accessibilité des émissions pour les malentendants et les malvoyants.

A. Sous-titrage codé pour malentendants

Dès 1995, le CRTC établissait des exigences particulières relativement au sous-titrage comme condition à l'octroi ou au renouvellement des licences de radiodiffusion. Ces exigences varient selon la taille du radiodiffuseur et la langue de présentation.

Les stations de télévision de langue anglaise se divisent en trois catégories : grandes stations, stations moyennes et petites stations. Les grandes stations sont celles dont les recettes publicitaires et les paiements de réseau annuels dépassent 10 millions de dollars. CBC, CTV et Global en font partie. Le Conseil exige depuis le 1er septembre 1998 que les titulaires de ces stations sous-titrent au moins 90 % de toutes les émissions pendant la journée de radiodiffusion, ainsi que toutes les nouvelles locales, y compris les segments en direct[3]. Le Conseil s'attend que les titulaires des

stations moyennes (celles dont les recettes publicitaires et les paiements de réseau annuels varient entre 5 et 10 millions de dollars) respectent les mêmes normes que les grandes stations[4]. Le Conseil encourage les titulaires des petites stations (dont les recettes publicitaires et les paiements de réseau annuels ne dépassent pas 5 millions de dollars) à respecter également les normes s'appliquant aux grands réseaux[5].

En ce qui concerne les stations de télévision de langue française, le CRTC s'attend depuis 1999 que les télédiffuseurs atteignent progressivement des niveaux de sous-titrage similaires à ceux de langue anglaise. Il a « étudié cette question avec chacun des télédiffuseurs au moment du renouvellement de sa licence »[6]. De plus, en 2001, le CRTC exige que le plus grand radiodiffuseur privé de langue française, TVA, sous-titre d'ici septembre 2004 100 % de ses bulletins de nouvelles et d'ici 2007, 90 % de toute sa programmation comme condition d'obtention de sa licence[7].

Qu'est-ce que le sous-titrage codé?

Le sous-titrage permet de rendre les émissions de télévision accessibles aux personnes sourdes ou malentendantes. Les sous-titres qui apparaissent à l'écran sont une transcription écrite du dialogue et d'autres effets sonores significatifs d'une émission de télévision. Le sous-titrage peut être « visible » ou « codé ». Le sous-titrage visible désigne ce qui est accessible à tous les téléspectateurs et le sous-titrage codé, ce qui n'est accessible qu'à ceux dont le téléviseur est muni d'une puce d'ordinateur qui décode les signaux du sous-titrage contenu dans le signal de radiodiffusion. À peu près toutes les télévisions fabriquées au cours des 10 dernières années sont munies d'un décodeur informatique[8]. Le sous-titrage codé peut être activé ou désactivé au choix. On estime qu'environ 15 % de la population canadienne souffre d'une forme de perte auditive[9].

Pré-sous-titrage et sous-titrage en temps réel

Le sous-titrage des émissions de télévision peut être fait avant leur diffusion (« pré-sous-titrage ») ou au moment même où les images sont diffusées (sous-titrage « en temps réel »).

Le pré-sous-titrage suit à peu près le même processus que la traduction d'un document. Une copie vidéo de l'émission est remise à un sous-titreur qui regarde la bande vidéo et insère les sous-titres. La bande peut être arrêtée et réécoutée et la position des sous-titres peut être ajustée de façon

à ne pas cacher les images à l'écran. Les sous-titres sont alors synchronisés avec les images au moyen de codes temporels, puis insérés dans le signal de radiodiffusion et les signaux audio et vidéo sont enregistrés ensemble pour diffusion ultérieure. Le pré-sous-titrage est plus coûteux et demande plus de temps, mais il donne une plus grande précision dans le produit fini. Le pré-sous-titrage d'une émission d'une heure coûte environ 1 000 $[10].

Le sous-titrage en temps réel par contre se fait au fur et à mesure de la diffusion de l'émission en direct. Les nouvelles télévisées et la diffusion de manifestations sportives en direct en sont de bons exemples; ces émissions ne se prêtent absolument pas au pré-sous-titrage.

Dans le sous-titrage en temps réel, un sténographe effectue le sous-titrage pendant que les images défilent à l'écran. Cette méthode est moins chère que le pré-sous-titrage; le sous-titrage en temps réel coûte environ 140 $ par heure de programmation[11]. Toutefois, il n'a pas l'avantage du temps et de l'édition et parfois l'exactitude en souffre, il se glisse des fautes d'orthographe, il manque des bouts de dialogue, le contenu peut être incomplet car les images déroulent parfois plus rapidement que la capacité du sous-titreur, et il est possible que le sous-titrage empiète sur les images à l'écran, cachant par exemple la personne qui parle à l'écran. De plus, tout problème technique des appareils de diffusion ou de sous-titrage nuira forcément au sous-titrage « sur le vif », empêchant les téléspectateurs de lire ce qu'ils ne peuvent pas entendre.

La technologie

La technologie du sous-titrage a évolué avec le temps et est différente selon qu'il s'agit de pré-sous-titrage ou de sous-titrage en temps réel.

Il existe deux systèmes de pré-sous-titrage, bien qu'un système, le sous-titrage Cheetah Systems, ne soit plus utilisé au Canada. L'autre, le système Rogers Canada, permet de pré-sous-titrer tout contenu pré-programmé au Canada[12].

Les sous-titreurs en temps réel utilisent une sténographie phonétique sur une sténotype, un peu comme ce qu'utilisent les sténographes judiciaires. Ces machines sont spéciales, les touches correspondant à des sons plutôt qu'à des lettres.

Sous-titrage en français et en anglais

Des témoins ont signalé que le sous-titrage en anglais était souvent meilleur que celui en français et qu'il y avait des différences importantes entre le pré-sous-titrage et le sous-titrage en temps réel[1]. Ceci s'explique en partie par le marché et en particulier par l'énorme présence des États-Unis dans le sous-titrage des émissions et par la quantité même d'émissions en anglais produites annuellement. De plus, le U.S. Federal Department of Education subventionne largement le sous-titrage[2].

La technologie utilisée, qui découle du modèle anglophone, pose une difficulté pour le sous-titrage en français. Dans le cas du sous-titrage en temps réel, le matériel doit être remodelé en fonction de la phonologie française afin de tenir compte des accents et d'autres caractéristiques de la langue française, inconnues de la langue anglaise. Il existe deux systèmes différents qui permettent de le faire avec le matériel prévu pour l'anglais. Le premier, mis au point par une société de sous-titrage canadienne, permet de transcrire tous les accents à l'aide des caractères du décodeur de sous-titrage[3]. Le système concurrent a été mis au point par la Société Radio-Canada et, d'après un témoin, il est « techniquement inférieur » à l'autre, puisque la seule lettre accentuée disponible est le « é » minuscule, alors qu'il est techniquement possible de transcrire beaucoup plus d'accents que cela[4].

La langue pose un autre problème pour le sous-titrage en temps réel en français. Le fait de devoir faire les accords en genre et en nombre peut donner lieu à des erreurs dans le sous-titrage en temps réel. De plus, comme un témoin l'a expliqué, étant donné que le français compte généralement plus de mots par phrase que l'anglais, il est parfois difficile pour le sous-titreur de suivre la cadence de ce qui se passe à l'écran[5].

Aussi, les téléspectateurs ont parfois à se plaindre de la qualité du sous-titrage en temps réel en français.

Formation des sous-titreurs

Il manque de sous-titreurs formés au Canada, en particulier pour les sous-titres en temps réel en français. Le Comité a entendu un témoignage sur ce point :

> Il y a une grande pénurie de sous-titreurs en temps réel qualifiés en français dans le monde étant donné que le système est nouveau

> Après tout, il a été élaboré à partir du matériel prévu pour l'anglais. Il existe des spécialistes en France et quelques-uns au Québec. Il n'y en a pas suffisamment.

> Contrairement à ce qui se passe pour l'anglais, il n'existe pas en français de bons programmes de formation en sténographie mécanographique. Le Canada a de très bons programmes de formation en sténographie judiciaire pour ce qui est de l'anglais, mais pas en ce qui a trait au français[17].

Pour améliorer la situation, ce témoin propose la création et le financement de meilleurs programmes de formation pour les sous-titreurs en temps réel en français[18].

La réalité

Si la *Loi sur la radiodiffusion* et les politiques du CRTC expriment clairement la nécessité et les avantages du sous-titrage des émissions de télévision au Canada, des témoignages faits devant le Comité semblent indiquer que la réalité est différente.

Il a été dit au Comité que le langage utilisé par le CRTC manquait parfois de force et qu'il ne donnait pas une orientation claire. Par exemple, il persiste à « encourager » simplement les diffuseurs à offrir une quantité minimale de sous-titrage, plutôt que d'« exiger » qu'ils le fassent[19]. Cela se constate facilement dans le cas des petits diffuseurs en anglais et en français, comme il a déjà été mentionné.

Dans certains cas, le sous-titrage est traité après coup, comme un élément marginal et inutile de la radiodiffusion. Un témoin a évoqué devant le Comité le cas d'un film qu'il voulait absolument voir et qui avait été annoncé comme étant sous-titré. Mais lorsque le film a été présenté, il ne l'était pas. Le témoin ayant demandé une explication au radiodiffuseur, on lui a dit que le film reçu contenait la mauvaise piste de sous-titrage et qu'il a été présenté comme prévu, mais sans le sous-titrage qui avait été annoncé. Il a déclaré au Comité :

> Dites-moi. Si cela avait été la bande audio qui avait été mauvaise, est-ce que la chaîne aurait quand même diffusé le film? Honnêtement? Non, bien sûr. Mais sans titrage, cela ne les dérangeait pas[20].

Comme il a été dit, le CRTC impose comme exigence pour l'obtention des licences de radiodiffusion qu'une certaine proportion de toute la programmation au cours de la journée de radiodiffusion soit sous-titrée. La « journée de radiodiffusion » est définie comme étant la « période choisie par le titulaire qui comprend un maximum de 18 heures consécutives commençant chaque jour au plus tôt à 6 h et se terminant au plus tard à 1 h le lendemain »[22].

Le Comité a entendu un témoignage selon lequel cette limite de 18 heures d'une journée de radiodiffusion marginalise encore davantage le sous-titrage et, par conséquent, ceux pour qui ce sous-titrage est essentiel :

> Est-ce que tous les sourds sont censés se mettre au lit à minuit? Nous n'avons pas le droit de regarder un film aux petites heures? Qui a décidé cela? Qui a dit que les sourds ne vivent que 18 heures par jour? Nos journées font 24 heures, comme pour tout le monde. Nous voulons le sous-titrage par règlement 24 heures sur 24[23].

Selon un autre témoignage, le CRTC n'appliquerait pas adéquatement ses propres politiques et les radiodiffuseurs n'ont pas à craindre de représailles quant à leur licence de radiodiffusion s'ils ne respectent pas les exigences, les attentes ou les incitations relativement au sous-titrage[24]. Un témoin a en effet indiqué au Comité :

> Vous ne risquez rien en tant que radiodiffuseur si vous ne respectez pas les exigences de sous-titrage ou de description sonore. On n'a jamais vu un radiodiffuseur être vraiment sanctionné pour ne pas avoir fait de sous-titrage ou de description sonore. Ça ne se fait tout simplement pas[25].

Un autre témoin a exprimé la même opinion :

> Il est de notoriété publique que le Conseil actuel est un tigre de papier et refuse de sanctionner les titulaires qui omettent ou refusent carrément de respecter les modalités de leur licence. Le CRTC est donc dénué de toute utilité ou efficacité[26].

Ceci donne une malencontreuse impression d'indifférence à l'égard du groupe qui a besoin du sous-titrage. Cette impression est exacerbée par les limites contenues dans la définition de la « journée de radiodiffusion » et les termes « s'attendre » ou « encourager » relatifs au sous-titrage contenus dans la politique plutôt que de l'exiger. D'après un témoin, pour remédier à cette situation, il faut

> conférer [au CRTC] le pouvoir et l'appui politique nécessaires pour prendre des mesures énergiques chaque fois que la situation l'impose. Cela pourrait signifier une interdiction d'antenne, ne serait-ce que temporaire, en cas de manquement[27].

En l'absence d'orientation obligatoire et de sanction, il semblerait que certains radiodiffuseurs continueront à résister à la pleine application des directives sur le sous-titrage contenues dans leur licence de radiodiffusion. En 2000, le Tribunal canadien des droits de la personne a entendu une plainte selon laquelle la Société Radio-Canada ne respectait pas les conditions de sous-titrage [en anglais] de sa licence de radiodiffusion[28]. À titre de gros radiodiffuseur, la SRC est tenue de sous-titrer au moins 90 % de toute sa programmation durant la journée de radiodiffusion, ainsi que toutes les nouvelles locales, y compris les parties en direct[29]. On a prétendu que le fait pour la SRC de négliger de se conformer à ces conditions constituait une discrimination fondée sur le handicap, ce qui contrevenait à la *Loi canadienne sur les droits de la personne*[30].

À la suite de témoignages dans ce sens, le Tribunal a jugé que sans sous-titres, des émissions du réseau de langue anglaise de la SRC et de CBC Newsworld n'étaient pas accessibles aux sourds et malentendants, ce qui constituait un cas apparemment fondé de discrimination eu égard à la déficience[31]. Le Tribunal a également évoqué un témoignage selon lequel la technologie existe à l'heure actuelle pour sous-titrer tout ce qui est diffusé à la télévision :

> La SRC a fait valoir que le sous-titrage qu'elle était tenue d'offrir comme condition de sa licence constituait une contrainte excessive et elle a présenté une preuve financière à l'appui de sa position. Le Tribunal a rejeté cette allégation et a conclu que d'après le témoignage même de la SRC, le coût estimé du sous-titrage complet constituerait moins de 1 % du budget annuel de la SRC — un montant insuffisant pour constituer une contrainte excessive à la Société[32].

En effet, le Tribunal a établi que :

> ... après avoir tenu compte de toutes les preuves présentées par la SRC dans la présente affaire, j'avais la nette impression que, bien que des améliorations importantes au niveau du sous-titrage aient été mises en œuvre au cours des récentes années, si la Société faisait preuve d'un peu de bonne volonté et d'imagination, on pourrait

> réaliser des progrès considérables relativement au sous-titrage par rapport à ce qui s'est produit jusqu'à maintenant[13].

Le Tribunal a alors ordonné que le réseau de langue anglaise de la SRC et Newsworld « sous-titrent la totalité de leur programmation télévisuelle, y compris les émissions de télévision, les annonces publicitaires, les promos et les nouvelles de dernière heure imprévues, depuis l'entrée en ondes jusqu'à la fin des émissions. Cela doit se faire dès que les circonstances le permettent »[14]. Le Tribunal « [a également invité] fortement la SRC à consulter les représentants de la communauté des personnes sourdes et malentendantes de façon continue relativement à la prestation des services de sous-titrage »[15].

Cette décision a été accueillie avec enthousiasme par les communautés des sourds et des malentendants, comme une consécration de leurs droits attendue depuis longtemps. La SRC en a appelé de la décision et la cause est toujours pendante au moment de la rédaction de ces lignes.

B. Services pour malvoyants

Description sonore pour malvoyants

La description sonore pour aveugles ou malvoyants prend la forme d'une voix hors-champ qui décrit l'information écrite ou visuelle qui apparaît à l'écran. Par exemple, on fait la lecture du bulletin météorologique ou des résultats sportifs à mesure qu'ils apparaissent à l'écran.

Le CRTC a réglementé ce service. Dans sa Politique télévisuelle de 1999, il écrit :

> Le Conseil encourage fortement les titulaires à adapter leur programmation pour y inclure, autant que possible, la description sonore, et à prendre les mesures nécessaires pour s'assurer que le service à la clientèle répond aux besoins des personnes malvoyantes[16].

C'est ainsi qu'à compter de 2001-2002, CTV et Global devaient fournir la description sonore comme condition de renouvellement de leur licence. Dans sa décision sur le renouvellement des licences des stations contrôlées par CTV, le CRTC écrit :

> CTV a réitéré son engagement à fournir régulièrement une description sonore de toute information graphique importante. C'est ainsi que sont diffusées à la fois en audio et en vidéo toutes les informations essentielles, comme les alertes météorologiques. Le Conseil prend bonne note de cet engagement et s'attend à ce que CTV veille à fournir la description sonore chaque fois que nécessaire. De plus, il s'attend à ce que la titulaire prenne les mesures nécessaires pour s'assurer que son service répond aux besoins des malvoyants[7]

La licence de Global comporte une clause semblable pour la fourniture de la description sonore et la condition fixée par le CRTC est identique, mais particulière à chaque réseau :

> Global a confirmé qu'elle avait pour règle de renforcer par une description orale les éléments textuels et graphiques de ses émissions, par exemple dans le cas des bulletins météorologiques, des résultats sportifs, des adresses et des numéros de téléphone. Le Conseil prend note de cet engagement et s'attend à ce que Global continue à fournir des descriptions sonores le cas échéant. Il s'attend également à ce que la titulaire prenne les mesures nécessaires pour s'assurer que son service répond aux besoins des malvoyants[8]

Les réseaux sont ainsi tenus de fournir la description sonore le cas échéant. Mais il n'est pas précisé que le service doit être fourni pour un certain nombre d'heures de diffusion.

Service vidéo numérique pour malvoyants

Ce service prend la forme d'une description des principaux éléments visuels qui apparaissent à l'écran. Elle a pour but de permettre au malvoyant de se faire une image de ce qui se passe à l'écran. Elle est conçue de façon à ne pas distraire du dialogue à l'écran. Ce service, qui est habituellement fourni sur le second canal audio, est une sorte de complément à la piste audio qui accompagne d'ordinaire la portion vidéo d'une émission de télévision. L'auditeur peut capter ce second canal audio au moyen d'un décodeur spécial ou d'un téléviseur ou magnétoscope équipé pour le capter.

Dans sa politique de 1999, le CRTC écrit :

> Pour ce qui est du service vidéo numérique (SVD), le Conseil conclut qu'il est prématuré pour l'instant d'imposer des exigences particulières aux titulaires. Il encourage les titulaires et le National Broadcast Reading Service à poursuivre leur collaboration en vue d'implanter progressivement le SVD.
>
> Lors du renouvellement de leurs licences, le Conseil examinera avec les titulaires comment ils ont satisfait aux besoins des personnes malvoyantes.
>
> Le Conseil a examiné les questions relatives au SVD au cours de l'exercice portant sur l'ajout d'un troisième réseau national de télévision (l'avis 1998-8). En fait, l'approche adoptée par le Conseil appuie, en principe, l'implantation progressive du SVD[10].

L'idée d'implantation progressive est évidente dans la décision de renouvellement des licences des réseaux français et anglais de la SRC, comme en témoigne la mention « il serait prématuré d'imposer aux titulaires des exigences particulières »[11]. Dans les conditions des licences des deux réseaux, le CRTC écrit qu'il « **encourage** la titulaire à continuer à mettre au point l'utilisation de SVD et à collaborer avec le National Broadcast Reading Service en vue d'implanter progressivement les SVD »[12].

Sur cette lancée, le CRTC commence à « imposer » les SVD comme condition du renouvellement des licences de radiodiffusion. Lors du renouvellement de la licence de CTV en 2001, le CRTC impose :

> à chaque station de CTV une condition de licence relative au service d'audiovision. Ainsi les grandes stations de CTV (à Toronto, Ottawa et Vancouver) devront diffuser entre 19 h et 23 h une moyenne de deux heures hebdomadaires d'émissions en audiovision pendant les deux premières années de la période de licence. Toutes les stations de CTV devront fournir trois heures par semaine la troisième année et quatre heures la cinquième. Un minimum de 50 % de ces heures doit représenter une première diffusion. Les émissions doivent être canadiennes et appartenir aux catégories 2(*b*) et 7. Cependant, la titulaire peut inclure dans cette exigence, à concurrence d'une heure par semaine, des émissions pour enfants en audiovision diffusées aux heures appropriées.
>
> En outre, le Conseil s'attend à ce que CTV achète et utilise aussi souvent que possible les versions en audiovision des émissions canadiennes et étrangères diffusées par ses stations. Il note que quelques émissions américaines sont déjà en audiovision afin d'être

> conformes aux exigences en vigueur aux États-Unis. Enfin, le Conseil félicite la titulaire d'avoir présenté des propositions concrètes relativement à la diffusion des émissions qui incluent l'audiovision. Le Conseil considère que la disponibilité de ces émissions dans le système canadien de radiodiffusion constitue une contribution importante[42].

Lors du renouvellement des licences en 2001, le CRTC impose :

> ... à chaque station de Global une condition de licence relative au service d'audiovision. Ainsi, les grandes stations de Global (en Ontario, à Vancouver et au Québec) devront diffuser, entre 19 h et 23 h, une moyenne de deux heures hebdomadaires d'émissions en audiovision pendant les deux premières années de la période de licence. Toutes les stations de Global devront fournir trois heures par semaine la troisième année, et quatre heures la cinquième. Un minimum de 50 % de ces heures doit représenter une première diffusion. Les émissions doivent être canadiennes et appartenir aux catégories 2(*b*) et 7. Cependant, la titulaire peut inclure dans cette exigence, à concurrence d'une heure par semaine, des émissions pour enfants diffusées aux heures appropriées[43].

Il est également indiqué dans la licence de Global qu'elle devrait acheter et utiliser aussi souvent que possible des versions en audiovision des émissions canadiennes et étrangères[44]. C'est ainsi que CTV et Global ont toutes deux des conditions particulières à remplir quant à la fourniture de services d'audiovision pour malvoyants.

Les conditions de licence de TVA diffèrent un peu. Le CRTC écrit :

> Le Conseil s'attend que les grands groupes de stations fassent preuve de leadership dans la mise en place de la vidéo description. Pour ce qui est du marché de CFTM-TV, le Conseil s'attend que TVA offre, aux heures de grande écoute, le SVD conformément à l'échéancier suivant : années 1 et 2 : 2 heures/semaine; années 3 et 4 : 3 heures/semaine; années 5 et suivantes : 4 heures/semaine[45].

Le Conseil souligne également « que le nombre d'heures consacrées au SVD ne doit pas être composé de plus de 50 % de reprises »[46].

National Broadcast Reading Service (VoicePrint) et La Magnétothèque

VoicePrint et La Magnétothèque sont des services continus de lecture de journaux fournis par un service de seconde piste audio. Ils assurent une lecture complète des nouvelles, informations, articles et reportages publiés par divers journaux, magazines et périodiques. Ces services sont fournis par les câblodistributeurs agréés comptant plus de 2 000 abonnés, les fournisseurs de télévision directe à domicile comme Bell ExpressVu et Star Choice, et les systèmes de distribution multipoint comme Look TV, SkyCable et Image Wireless[47].

C. Solutions proposées

Le Comité est persuadé que le libellé de l'alinéa 3 p) de la *Loi sur la radiodiffusion*, qui dispose que « le système devrait offrir une programmation adaptée aux besoins des personnes atteintes d'une déficience, au fur et à mesure de la disponibilité des moyens », est discriminatoire. La mention « au fur et à mesure de la disponibilité des moyens » ne concorde pas avec le fait d'« offrir une programmation » et donne l'impression qu'il est moins important de fournir ce service aux personnes handicapées. L'engagement du Canada d'assurer l'égalité des chances s'en trouve affaibli.

Le Comité reconnaît que le sous-titrage codé et l'audiovision sont d'importantes questions qu'il faut régler pour que la déclaration d'accessibilité de l'article 3 de la *Loi sur la radiodiffusion* trouve son plein effet. Il sait aussi que la Commission canadienne des droits de la personne a déclaré, dans l'affaire *Vlug c. SRC* :

> [Les radiodiffuseurs] doivent sous-titrer la totalité de leur programmation télévisuelle, notamment les émissions de télévision, les annonces publicitaires, les promos et les nouvelles de dernière heure imprévues, dès l'entrée en ondes et jusqu'à la fin des émissions. Conformément aux dispositions de l'alinéa 53(2)*b*) de la *Loi canadienne sur les droits de la personne*, ceci doit se faire dès que les circonstances le permettent.

C'est ainsi que le Comité appuie pleinement une télévision accessible aux malentendants et aux malvoyants et qu'il encourage l'industrie à s'employer à mieux assurer cet accès. En outre, le Comité encourage les radiodiffuseurs à se conformer aux conditions de leur licence comme il est précisé par le CRTC.

Le Comité note que certaines licences de radiodiffusion comportent la condition que l'accès soit fourni. Le Comité n'ignore pas qu'il est coûteux de rendre ces émissions accessibles à tous. Une partie des coûts du sous-titrage codé est absorbée lorsque les radiodiffuseurs canadiens achètent des émissions déjà sous-titrées. En outre, les accords de commandite où l'annonceur contribue au coût du sous-titrage en échange de droits de publicité permettent aussi d'alléger les coûts de ce service.

Il reste que bien des émissions ne sont pas pré-sous-titrées, de sorte que le sous-titrage doit être fait juste avant la diffusion. Et avec l'arrivée croissante de nouveaux canaux, la demande d'émissions pour ces canaux augmente en conséquence, ce qui se répercute sur les besoins de sous-titrage le cas échéant.

Concernant les émissions en français, la situation est exacerbée par le manque de sous-titreurs formés au Canada, en particulier du côté français. Mais le Comité n'est pas convaincu que les coûts liés aux conditions de la licence en matière de sous-titrage telles que définies par le CRTC sont trop lourds pour les radiodiffuseurs ou qu'ils leur seraient préjudiciables. En conséquence, le Comité recommande :

RECOMMANDATION 15.1 :

Le Comité recommande que l'alinéa 3*p*) de la *Loi sur la radiodiffusion* soit modifié comme suit : « le système devrait offrir une programmation adaptée aux besoins des personnes atteintes d'une déficience », c'est-à-dire en supprimant la mention « au fur et à mesure de la disponibilité des moyens ».

RECOMMANDATION 15.2 :

Le Comité recommande qu'un programme de formation en sous-titrage et en audiovision soit établi et financé par le gouvernement fédéral.

RECOMMANDATION 15.3 :

Le Comité recommande que le gouvernement fédéral mette sur pied un programme pour aider les radiodiffuseurs à fournir des services de sous-titrage et d'audiovision.

Le Comité note que certaines licences de radiodiffusion comportent la condition que l'accès soit fourni. Le Comité n'ignore pas qu'il est coûteux de rendre ces émissions accessibles à tous. Une partie des coûts du sous-titrage codé est absorbée lorsque les radiodiffuseurs canadiens achètent des émissions déjà sous-titrées. En outre, les accords de commandite ou l'annonceur contribue au coût du sous-titrage en échange de droits de publicité permettent aussi d'alléger les coûts de ce service.

Il reste que bien des émissions ne sont pas pré-sous-titrées, de sorte que le sous-titrage doit être fait juste avant la diffusion. Et avec l'arrivée croissante de nouveaux canaux, la demande d'émissions pour ces canaux augmente en conséquence, ce qui se répercute sur les besoins de sous-titrage le cas échéant.

Concernant les émissions en français, la situation est exacerbée par le manque de sous-titreurs formés au Canada, en particulier du côté français. Mais le Comité n'est pas convaincu que les coûts liés aux conditions de la licence en matière de sous-titrage, telles que définies par le CRTC, sont trop lourds pour les radiodiffuseurs ou qu'ils leur seraient préjudiciables. En conséquence, le Comité recommande :

RECOMMANDATION 15.1

Le Comité recommande que l'alinéa 3*p*) de la *Loi sur la radiodiffusion* soit modifié comme suit : « le système devrait offrir une programmation adaptée aux besoins des personnes atteintes d'une déficience », c'est-à-dire en supprimant la mention « au fur et à mesure de la disponibilité des moyens ».

RECOMMANDATION 15.2

Le Comité recommande qu'un programme de formation en sous-titrage et en audiovision soit établi et financé par le gouvernement fédéral.

RECOMMANDATION 15.3

Le Comité recommande que le gouvernement fédéral mette sur pied un programme pour aider les radiodiffuseurs à fournir des services de sous-titrage et d'audiovision.

RECOMMANDATION 15.4

Le Comité recommande qu'une fois mis en place les programmes d'aide et de formation, il soit permis aux radiodiffuseurs de satisfaire progressivement à la demande croissante de sous-titrage et d'audiovision en vue d'en arriver à atteindre l'objectif de 100 % dans la fourniture de ces services.

Cette aide devrait prévoir des programmes de formation dans les deux langues officielles. Sans cette formation, qui permettra de former un nombre suffisant de sous-titreurs dans les deux langues, aider les radiodiffuseurs à fournir ces services ne sera qu'un coup d'épée dans l'eau. De sorte qu'il sera encore plus difficile d'atteindre le grand objectif, qui est d'élargir l'accès à ces services.

Le Comité reconnaît aussi que l'atteinte des objectifs passe par une forme de surveillance. En conséquence :

RECOMMANDATION 15.5

Le Comité recommande que la *Loi sur la radiodiffusion* enjoigne au CRTC d'établir des conditions et des mécanismes de contrôle rigoureux afin d'éliminer les pratiques discriminatoires chez les radiodiffuseurs. Ces instructions devront préciser que les services de sous-titrage et d'audiovision devront être incorporés graduellement à toute la programmation télévisuelle en vue d'en arriver à atteindre l'objectif de 100 % dans la fourniture de ces services.

D. Autres problèmes d'accès

Frais de participation aux audiences sur la radiodiffusion

Les frais de participation aux audiences publiques devant des conseils et des tribunaux, comme le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC), constituent un obstacle à un accès égal et entier au processus. Bien des gens aimeraient témoigner

RECOMMANDATION 15.4 :

Le Comité recommande qu'une fois mis en place les programmes d'aide et de formation, il soit permis aux radiodiffuseurs de satisfaire progressivement à la demande croissante de sous-titrage et d'audiovision en vue d'en arriver à atteindre l'objectif de 100 % dans la fourniture de ces services.

Cette aide devrait prévoir des programmes de formation dans les deux langues officielles. Sans cette formation, qui permettra de former un nombre suffisant de sous-titreurs dans les deux langues, aider les radiodiffuseurs à fournir ces services ne sera qu'un coup d'épée dans l'eau. De sorte qu'il sera encore plus difficile d'atteindre le grand objectif, qui est d'élargir l'accès à ces services.

Le Comité reconnaît aussi que l'atteinte des objectifs passe par une forme de surveillance. En conséquence

RECOMMANDATION 15.5

Le Comité recommande que la *Loi sur la radiodiffusion* enjoigne au CRTC d'établir des conditions et des mécanismes de contrôle rigoureux afin d'éliminer les pratiques discriminatoires chez les radiodiffuseurs. Ces instructions devront préciser que les services de sous-titrage et d'audiovision devront être incorporés graduellement à toute la programmation télévisuelle en vue d'en arriver à atteindre l'objectif de 100 % dans la fourniture de ces services.

D. Autres problèmes d'accès

Frais de participation aux audiences sur la radiodiffusion

Les frais de participation aux audiences publiques devant des conseils et des tribunaux, comme le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC), constituent un obstacle à un accès égal et entier au processus. Bien des gens aimeraient témoigner

devant un conseil pour exprimer leur point de vue, mais ils en sont dissuadés par ce qu'il leur en coûterait. Cela est contraire à la notion de participation du public dans une société démocratique. Le problème se pose particulièrement lorsque des obstacles semblables empêchent les citoyens de participer pleinement aux débats publics, comme celui sur la radiodiffusion et la télévision locale et nationale. Cela est d'autant plus troublant que, selon l'alinéa 3*d*)(i) de la *Loi sur la radiodiffusion*, le Conseil a pour rôle de « sauvegarder, enrichir et renforcer la structure culturelle, politique, sociale et économique du Canada ». La contribution du public est essentielle à ce processus et il y a lieu de s'inquiéter lorsque des obstacles ou désincitatifs financiers l'en empêchent.

La *Loi sur la radiodiffusion* ne prévoit pas le remboursement des frais des personnes ou organismes qui participent à des audiences devant le CRTC, ce qui est en contradiction avec la *Loi sur les télécommunications* qui autorise le CRTC à accorder un tel remboursement. Selon la loi qui s'applique, le tribunal aura ou n'aura pas le pouvoir de faire rembourser de leurs frais les personnes qui, dans l'exercice de leurs droits démocratiques, témoignent devant lui. Dans un cas, les participants pourront être remboursés et, dans l'autre, ils ne le pourront pas.

Dans ce contexte, « frais » s'entend de dépenses précises pouvant être remboursées à ceux qui participent à des audiences du CRTC. Celui-ci a établi des lignes directrices indiquant les frais et débours remboursables, et le taux de remboursement. Par exemple, les honoraires d'avocats, de témoins experts, d'experts-conseils ou d'analystes sont remboursables, selon un certain taux horaire. En outre, d'autres frais (déplacements, hébergement, repas, photocopies) sont remboursables selon des tarifs précis. Le Conseil peut aussi décider de rembourser d'autres frais jugés raisonnables[47].

La *Loi sur les télécommunications* permet au CRTC d'ordonner à une partie, une société de télécommunications, par exemple, de payer les frais d'une autre partie, tel qu'un intervenant représentant l'intérêt public dans la question examinée. Le principe du remboursement des frais est d'indemniser les intervenants dignes de l'être pour les frais liés à leur intervention, en fonction de la valeur marchande du travail effectué. Les fonds proviennent du budget des principaux acteurs de l'industrie.

Trois conditions s'imposent pour exiger d'une société de payer les frais d'une autre partie : la société doit relever du CRTC, elle doit avoir participé au processus, elle doit être concernée par l'issue du processus.

Outre ces lignes directrices sur les frais remboursables et les taux de remboursement, le CRTC a établi des règles concernant le paiement de frais en vertu de la *Loi sur les télécommunications*. Ainsi, les participants aux audiences du CRTC sur les télécommunications n'ont pas tous droit au remboursement de leurs frais. Pour être admissibles, les participants doivent démontrer qu'ils représentent un groupe de citoyens, qu'ils ont participé de manière responsable aux délibérations et qu'ils ont contribué sensiblement à une meilleure compréhension des questions en jeu[v]. Une fois ces conditions remplies, le CRTC peut, à sa discrétion, ordonner le paiement total ou partiel des frais, ou leur non-paiement.

Selon le Comité, modifier la *Loi sur la radiodiffusion* contribuera à améliorer le processus démocratique en aidant à éliminer les obstacles financiers à une pleine participation. Notamment dans les cas où le Conseil examine des questions de radiodiffusion et de télédiffusion comme l'augmentation des tarifs, l'autorisation de diffuseurs, les bouquets de chaînes, l'établissement des prix, le service et le contenu, qui concernent directement les consommateurs. Il faut éliminer ce qui empêche les consommateurs de participer à ces débats importants et d'y faire entendre leur voix.

De plus, cet accès équilibré est important compte tenu du déséquilibre entre les grands médias et le consommateur quant aux ressources dont chacun dispose pour participer aux audiences du Conseil. Cette apparence d'inégalité d'accès est contraire au processus démocratique. Aider les intervenants à recouvrer leurs frais contribuerait à corriger cette situation.

Réduire les obstacles financiers favorise une représentation équitable des parties intéressées, donnant au Conseil une meilleure idée des répercussions éventuelles de ses décisions. Enfin, éliminer les obstacles à un plus grand accès des citoyens permettra de rendre les audiences plus objectives et plus transparentes, et d'en arriver à des décisions plus éclairées.

C'est pour ces raisons qu'il est proposé de modifier la *Loi sur la radiodiffusion* par l'ajout d'une disposition sur le remboursement des frais des participants aux audiences du CRTC sur la radiodiffusion. Le projet de loi S-8 a été lu pour la troisième fois et adopté par le Sénat le 2 avril 2003, et la modification proposée se lit comme suit :

1. La *Loi sur la radiodiffusion* est modifiée par adjonction, après l'article 9, de ce qui suit :

9.1 (1) Les frais provisoires ou définitifs relatifs à une instance devant le Conseil, ainsi que tous les frais accessoires, sont laissés à l'appréciation de celui-ci et peuvent être taxés ou fixés.

(2) Le Conseil peut désigner les créanciers et les débiteurs de ces frais ainsi que le responsable de leur taxation; il peut également établir un barème à cette fin.

2. Le paragraphe 10(1) de la même loi est modifié par adjonction, après l'alinéa j), de ce qui suit :

j.1) établir les critères d'attribution des frais.

Le Comité sera heureux de prendre connaissance de ce projet de loi. Le Comité reconnaît que le coût d'accès aux audiences publiques limite la pleine participation des citoyens et appuie le projet de modification de la *Loi sur la radiodiffusion*, permettant le remboursement des frais des intervenants, adopté par le Sénat du Canada le 2 avril 2003. Il note enfin qu'il existe des lignes directrices à cet égard pour les audiences du CRTC sur les télécommunications.

RECOMMANDATION 15.6 :

Le Comité recommande que le gouvernement fédéral modifie la *Loi sur la radiodiffusion* pour permettre au CRTC de prendre des règlements établissant des critères d'adjudication des frais d'intervenant à l'intention de ceux qui doivent avoir accès au Conseil afin de faire entendre les préoccupations de la population et de faire connaître les enjeux.

Notes en fin de chapitre

1. *Loi sur la radiodiffusion*, 1991, ch. 11, alinéa 3(1)p).
2. *Pour une politique canadienne de la radiodiffusion*, rapport du Comité permanent des communications et de la culture, Ottawa, ministre des Approvisionnements et Services, 1988.
3. Avis public CRTC 1995-48. Souligné dans l'original.
4. *Ibid.* Souligné dans l'original.
5. *Ibid.* Souligné dans l'original.

Le Comité sera heureux de prendre connaissance de ce projet de loi. Le Comité reconnaît que le coût d'accès aux audiences publiques limite la pleine participation des citoyens et appuie le projet de modification de la *Loi sur la radiodiffusion* permettant le remboursement des frais des intervenants adopté par le Sénat du Canada le 2 avril 2003. Il note enfin qu'il existe des lignes directrices à cet égard pour les audiences du CRTC sur les télécommunications.

RECOMMANDATION 15.6

Le Comité recommande que le gouvernement fédéral modifie la *Loi sur la radiodiffusion* pour permettre au CRTC de prendre des règlements établissant des critères d'adjudication des frais d'intervenant à l'intention de ceux qui doivent avoir accès au Conseil afin de faire entendre les préoccupations de la population et de faire connaître les enjeux.

Notes en fin de chapitre

6 Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes. Info aux consommateurs. Questions courantes. Services de radiodiffusion offerts aux malentendants et aux malvoyants. Sous-titrage.
7 Décision du CRTC 2001-385.
8 Le *Television Decoder Circuitry Act* de 1990 des États-Unis prévoit que tous les téléviseurs à écran d'au moins 13 pouces vendus aux États-Unis doivent être munis d'un décodeur de sous-titrage. Le Canada profite de cette loi grâce à la fabrication et la vente au détail des téléviseurs à l'échelle de l'Amérique du Nord.
9 James Roots, directeur exécutif, Association des sourds du Canada, réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, le 4 décembre 2001.
10 *Vlaa c. SRC*, [2000] 38 TCDP D/404, par. 35. Voir aussi le témoignage de M. Joe Clark, réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, le 23 avril 2002.
11 James Roots, réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, le 4 décembre 2001.
12 Joe Clark, réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, le 23 avril 2002.
13 Le CRTC a également reconnu les défis du sous-titrage en français puisque la technologie est conçue en fonction du marché anglophone.
14 James Roots, réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, le 4 décembre 2001. Voir également le témoignage de M. Joe Clark, réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, le 23 avril 2002.
15 Joe Clark, *ibid.*
16 *Ibid.*
17 *Ibid.*
18 *Ibid.* Pour plus de renseignements sur l'état de la formation au Canada, voir les témoignages du Comité mixte permanent des langues officielles, le 3 juin 2002, le 4 juin 2002 et le 11 juin 2002.
19 Joe Clark, réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, le 23 avril 2002.
20 James Roots, réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, le 4 décembre 2001.
21 *Ibid.*
22 Règlement de 1987 sur la télédiffusion DORS/87-49, art. 2.
23 James Roots, réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, le 4 décembre 2001.
24 Voir le texte de l'Avis public CRTC 1995-48.
25 Joe Clark, réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, le 23 avril 2002.
26 James Roots, directeur exécutif, Association des sourds du Canada, réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, le 4 décembre 2001.
27 *Ibid.*
28 *Vlaa c. SRC.*
29 Voir l'Avis public CRTC 1995-48.
30 SR 1985, ch. 11-6, art. 3(1).
31 *Vlaa c. SRC.*
32 *Ibid.*
33 *Ibid.*
34 *Ibid.*
35 *Ibid.*
36 Avis public CRTC 1999-97.
37 Renouvellement des licences des stations de télévision contrôlées par CTV, Décision CRTC 2001-457. Souligné dans l'original.
38 Renouvellement des licences des stations de télévision contrôlées par Global, Décision CRTC 2001-458. Souligné dans l'original.
39 Avis public CRTC 1999-97. Souligné dans l'original.
40 Les licences des services de radio et de télévision de langue anglaise de la SRC sont renouvelées pour sept ans, Décision CRTC 2000-1. Les licences des services de télévision et de radio de langue française de la SRC sont renouvelées pour sept ans, Décision 2000-2.
41 *Ibid.* Souligné dans l'original.
42 Renouvellement des licences des stations de télévision contrôlées par CTV, Décision CRTC 2001-457. Souligné dans l'original.
43 Renouvellement des licences des stations de télévision contrôlées par Global, Décision CRTC 2001-458. Souligné dans l'original.
44 *Ibid.*

45 Renouvellement des licences du réseau de télévision de langue française TVA et de l'entreprise de programmation de télévision de langue française CFTM-TV de Montréal. Décision CRTC 2001-385. Souligné dans l'original.

46 *Ibid.*

47 Décision CRTC 2000-380.

48 Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes. « Lignes directrices pour la taxation de frais », révisées le 15 mai 1998, www.crtc.gc.ca.

49 CRTC, *Règles de procédure en matière de télécommunications*, DORS/79-554, art. 44.

MAINTIEN D'UN SYSTÈME UNIQUE

Chapitre 16

La télévision par satellite au Canada, marché noir et gris

Comme il est indiqué au chapitre 8, l'intérêt et la demande à l'égard des services de télévision par satellite augmentent régulièrement depuis quelques années. Les diffuseurs par satellite au Canada comptent maintenant 1,7 million sur un total de 2,8 millions de tous les clients de la télévision numérique, soit plus de 60 %[1]. Le CRTC autorise deux fournisseurs à fournir des services de télévision directe à domicile par satellite. Bell ExpressVu, le plus grand des deux, compte environ 1 million de clients. Star Choice, qui appartient à Shaw Cable, compte environ 700 000 clients[2]. En tout, plus de 2 milliards de dollars ont été investis dans la prestation de services par satellite par les actionnaires de Bell ExpressVu et de Star Choice[3].

En général, les Canadiens attribuent à l'accès à une plus grande diversité de canaux leur motivation principale pour choisir le service par satellite. En outre, dans certaines régions rurales, l'accès à la câblodistribution est difficile, voire impossible, ce qui rend le service par satellite attrayant et, par ois, le seul choix[4].

Bell ExpressVu et Star Choice utilisent une technologie un peu différente et par conséquent, ils ne sont pas compatibles l'un avec l'autre, mais les deux systèmes sont également compatibles avec les téléviseurs actuels et ceux utilisant la nouvelle technologie numérique[5]. Par conséquent, le service satellitaire auquel le consommateur canadien souscrira revient à choisir entre ces deux compagnies canadiennes. Aucune autre compagnie nord-américaine n'est autorisée par licence à offrir des signaux satellitaires aux Canadiens.

A. La technologie

La technologie satellitaire et de radiodiffusion permet à un télédiffuseur de transmettre un signal à un satellite situé en orbite, qui retransmet le même signal sur une grande partie de la surface terrestre (« empreinte » du signal). La technologie permet de transmettre un signal directement à

tout endroit muni d'un appareil récepteur de signal — d'où le terme « télévision directe à domicile ».

Pour protéger la valeur commerciale des services de télévision par satellite, les signaux sont encodés ou embrouillés par le diffuseur. Pour être reçus d'une façon intelligible, les signaux doivent être décodés ou désembrouillés. Pour recevoir ces signaux, le téléspectateur doit s'abonner au canal ou aux canaux qui offrent ces signaux. Après que le téléspectateur a acheté le matériel nécessaire et payé un droit, le radiodiffuseur lui donne une forme d'autorisation unique au décodeur des abonnés qui lui permet de recevoir les signaux.

Ceux qui s'abonnent à ExpressVu ou à Star Choice et qui possèdent un système de décodage de télévision directe à domicile par satellite ExpressVu ou Star Choice sont autorisés à décoder les signaux de la programmation encodée faisant partie de l'abonnement transmis par ExpressVu ou Star Choice et à regarder les émissions auxquelles ils sont abonnés.

Des services semblables sont offerts aux États-Unis. DirecTV et EchoStar détiennent une licence de la U.S. Federal Communications Commission (FCC) et sont autorisés à posséder leurs propres signaux encodés de la programmation présentée aux États-Unis. En vertu des règles de la FCC, ces signaux américains ne peuvent pas être reçus légalement à l'extérieur des États-Unis.

Cependant, les signaux satellitaires transmis par les radiodiffuseurs ne reconnaissent pas les frontières. Comme l'empreinte peut couvrir une grande région, elle peut s'étendre sur des parties de deux pays indépendants ou plus, comme le Canada et les États-Unis. Le décodeur et la clé appropriés permettent de recevoir les signaux provenant d'un pays dans un autre.

B. Application des lois existantes

L'action conjuguée de trois lois fédérales gouverne la façon dont les signaux satellitaires sont distribués légalement au Canada : la *Loi sur la radiocommunication* et dans une moindre mesure, la *Loi sur la radiodiffusion* et la *Loi sur le droit d'auteur*.

En vertu de l'article 9 de la *Loi canadienne sur la radiocommunication*, « il est interdit [...] de décoder, sans l'autorisation de leur distributeur légitime ou en contravention avec celle-ci, un signal d'abonnement ou une alimentation réseau ». Aux fins de cette loi, un distributeur légitime est une « personne légitimement autorisée, au Canada, à transmettre un signal d'abonnement ou une alimentation réseau, en situation d'encodage, et à en permettre le décodage »[6]. Cela signifie un détenteur d'une licence du CRTC — c'est-à-dire Bell ExpressVu et Star Choice. Les contrevenants à l'article 9 sont passibles d'une peine d'emprisonnement ou d'une amende maximale de 75 000 $.

Au paragraphe 2 (1) de la *Loi sur la radiodiffusion* le terme « radiodiffusion » est défini ainsi : « Transmission, à l'aide d'ondes radioélectriques ou de tout autre moyen de télécommunication, d'émissions encodées ou non et destinées à être reçues par le public à l'aide d'un récepteur, à l'exception de celle qui est destinée à la présentation dans un lieu public seulement ».

L'article 3 de la *Loi sur la radiodiffusion* constitue le fondement de la politique de radiodiffusion canadienne, qui a une claire orientation culturelle. L'article stipule que le système est « un service public essentiel pour le maintien et la valorisation de l'identité nationale et de la souveraineté culturelle » (3(1)*b*)). L'article énumère également plusieurs objectifs d'expansion précis du système de radiodiffusion en général et des radiodiffuseurs en particulier aux alinéas (3(1)*d*) à *t*). L'article stipule aussi que le système de radiodiffusion canadien constitue un système unique qui doit être surveillé et réglementé par un seul organisme public autonome (3(2)).

Enfin, la *Loi sur le droit d'auteur* accorde aux radiodiffuseurs un droit dans les signaux de communication qu'ils transmettent, ce qui leur accorde le droit unique de retransmission (sous réserve des exceptions du paragraphe 31(2)) et, dans le cas d'un signal de communication télévisée, de le transmettre moyennant le paiement d'un droit. La *Loi* interdit la réception non autorisée de signaux qui viole le droit d'auteur.

C. Pourquoi le marché gris existe-t-il?

Comme il est mentionné ci-dessus, un nombre croissant de Canadiens s'abonnent aux services de télévision par satellite afin de recevoir un plus grand nombre de canaux. Toutefois, malgré l'accès à plus de 350 canaux

avec le système Bell ExpressVu par exemple, des Canadiens préfèrent obtenir des signaux satellitaires provenant de fournisseurs américains parce qu'ils offrent un plus grand choix et une plus grande sélection. Par exemple, même si Bell ExpressVu offre un bon nombre de canaux américains dans ses « bouquets satellitaires », le canal populaire HBO n'en fait pas partie. On dit à peu près la même chose à propos du manque de choix au Canada de programmes linguistiques et religieux, qui sont plus nombreux dans les services américains. Puisque le caractère légal de l'obtention de signaux satellitaires américains au Canada n'a pas été précisé avant la décision d'avril 2002 de la Cour suprême du Canada[7], cette pratique était appelée « marché gris » pour évoquer l'ambiguïté de la loi sur la question. Depuis avril 2002, ce marché est indéniablement illégal au Canada.

À titre d'exemple du choix offert par les systèmes satellitaires du marché gris, un témoin a expliqué au Comité « les raisons pour lesquelles 99 % des Latino-Américains qui regardent aujourd'hui la télévision au Canada passent par le marché gris[8] ». Le choix est certainement une question importante :

> Grâce au marché gris, ils peuvent facilement s'abonner à 26 chaînes de langue espagnole afin de voir des émissions dans leur langue maternelle et de suivre ce qui se passe dans le pays où ils sont nés. Pour cette raison, les réseaux de télévision par satellite aux É.-U. sont commercialisés très ouvertement dans la communauté latine. Les vendeurs ont des sites Internet et passent des pleines pages de publicité dans les journaux communautaires. Vous trouverez ces publicités dans ma trousse d'information. On trouve l'équipement nécessaire dans de nombreux bars et restaurants de langue espagnole. Ils sont vendus dans les sous-sols d'église après la messe du dimanche et sont offerts en prix dans les tombolas[9].

Ce comportement n'est pas exceptionnel. Une visibilité commerciale et des pratiques semblables se retrouvent dans les communautés arabes, grecques et russes. Le message des communautés ethniques est le même à l'échelle du Canada : si les entreprises de câblodistribution et satellitaires ne veulent pas nous servir dans notre langue, nous achèterons nos services ailleurs. La même chose se produit au sud du 49e parallèle où des Américains s'abonnent à Bell ExpressVu pour avoir accès aux canaux canadiens, à la télévision en langue française et aux matches de hockey.

À l'heure actuelle, il y a quatre stations étrangères de langue hispanophone détenant une licence de catégorie 2 du CRTC, mais aucune n'est

actuellement distribuée par satellite ici[10]. C'est pour cette raison qu'un témoin a affirmé au Comité qu'il :

> ... aimerait que le CRTC adopte des règles plus souples pour permettre la retransmission au Canada de canaux satellitaires étrangers. À mon avis, cela n'affaiblit pas l'identité culturelle canadienne tout au contraire, cela permet l'amélioration, l'enrichissement et le renforcement de l'identité culturelle canadienne[11].

Ces commentaires et témoignages contrastent avec la déclaration de M. Michael Wernick, sous-ministre adjoint, Développement culturel, ministère du Patrimoine canadien :

> Je n'ai pas l'impression que les Canadiens tiennent absolument à avoir des services satellites américains, s'ils en ont la possibilité. Bien au contraire. C'était intéressant avant 1995, parce qu'il n'y avait rien de tel au Canada. Maintenant il y a deux de ces services. En quatre ans, le nombre d'abonnés aux services satellites a atteint un million et la croissance se poursuit[12].

Pour sa part, le CRTC a indiqué très clairement qu'il ne tolère pas les activités des marchés noir et gris :

> Au contraire, le Conseil est extrêmement préoccupé par les activités des fournisseurs du marché gris et noir et par l'effet néfaste de ces activités sur le système canadien de radiodiffusion. Il fera donc tout en son pouvoir pour limiter ce genre d'activités. Le Conseil signale à cet égard que dans *Bell ExpressVu Limited Partnership* c. *Richard Rex et autres*, la Cour suprême du Canada a déclaré que les activités du marché gris et noir allaient à l'encontre des dispositions de la *Loi sur la radiocommunication*[13].

D. Comment fonctionne le marché gris?

Les vendeurs de systèmes satellitaires du marché gris vendent des systèmes de décodage à diffusion directe américains aux clients canadiens qui désirent s'abonner à la télévision satellitaire américaine. Comme les règles de la Federal Communications Commission (FCC) n'autorisent pas la réception des signaux américains à l'extérieur des États-Unis, ces vendeurs donnent aux consommateurs canadiens des adresses postales américaines et ensuite communiquent avec les radiodiffuseurs américains au nom de

leurs clients canadiens et établissent un compte et un abonnement légitimes aux services de télévision satellitaire américains. Une fois le matériel acheté, tous les droits d'abonnement payés et l'autorisation de décoder les signaux de télévision obtenue, les clients canadiens peuvent recevoir la télévision satellitaire américaine.

Le marché noir et le marché gris

On appelle communément systèmes du « marché gris » les systèmes satellitaires fournissant des signaux américains à diffusion directe aux consommateurs canadiens. Toutefois, il existe une distinction entre les systèmes du « marché noir » et les systèmes du « marché gris ». Dans un système du marché noir, les services de programmation et les signaux sont volés par divers moyens dans le but de contourner le fonctionnement du système d'autorisation. Par exemple, on obtiendra une copie illégale d'une carte d'accès légitime ou le code d'une personne ou d'un négociant agissant illégalement. Cette carte illégale permet ensuite à l'utilisateur muni du matériel de réception de recevoir les signaux de télévision par satellite sans les payer. Les signaux volés (ou « piratés » comme on dit parfois) peuvent être des signaux américains non autorisés ou des signaux canadiens autorisés volés au moyen d'une carte à puce piratée ou copiée ou par d'autres moyens techniques. Dans le cas des signaux piratés, le radiodiffuseur n'a pas autorisé la prestation de ses services à ce « client » en particulier et n'est pas rémunéré comme il se doit pour le service. Il s'agit donc de vol. C'est comme pirater le système téléphonique pour accéder à un service téléphonique gratuit plutôt que de payer les droits mensuels. Les systèmes satellitaires du marché noir et les signaux piratés sont tout à fait illégaux et constituent une forme de vol.

Dans les systèmes du marché gris, par contre, les services de programmation proviennent d'un fournisseur de service qui n'est pas autorisé à fournir ces services sur ce territoire en particulier, comme ceux qui sont autorisés par licence à fournir des signaux aux États-Unis, mais pas au Canada. Dans ce cas, les services sont payés et le radiodiffuseur est rémunéré comme il se doit pour ces services. Toutefois, on a trouvé un subterfuge : on utilise une fausse adresse à un casier postal aux États-Unis, ce qui donne l'impression que la personne reçoit les signaux à titre de résident du territoire que le fournisseur de service a le droit de desservir légalement de par sa licence.

Il est important de noter que dans ce scénario, les consommateurs canadiens paient le plein montant pour les services satellitaires américains qu'ils reçoivent. Avant que cette question ne soit tranchée par la Cour suprême du Canada en avril 2002[14], la légalité des systèmes du marché gris n'était pas déterminée, à cause des décisions contradictoires en cour de première instance sur l'interprétation à donner à l'interdiction de la réception des signaux non autorisés énoncée à l'alinéa 9(1)c) de la *Loi sur la radiocommunication*. Depuis la décision de la Cour suprême, il ne fait plus de doute que les systèmes du marché gris sont illégaux au sens de la Loi sur la radiocommunication.

Estimation de la taille du marché noir et du marché gris

Le marché noir et le marché gris des signaux satellitaires américains existent parallèlement aux deux fournisseurs de signaux satellitaires autorisés du Canada. D'après un témoin, « la concurrence non autorisée des satellites de radiodiffusion directe américains du marché noir et du marché gris, ou SRD, constitue pour nous un problème aigu qui va s'aggravant »[15]. Un autre témoin reprend ce point de vue en faisant remarquer que la présence des services satellitaires dans les marchés noir et gris en diffusion directe a augmenté, plutôt que de diminuer, et qu'elle continue de menacer notre système de radiodiffusion[16].

On reconnaît qu'il est difficile de mesurer l'envergure précise du marché noir et du marché gris[17], mais d'après une enquête de l'Association canadienne de télévision par câble, « il y aurait de 520 000 à 700 000 ménages canadiens qui reçoivent des services de SRD américains non autorisés »[18]. Ce chiffre est confirmé par les estimations de Bell ExpressVu, qui situent à 600 000 les utilisateurs de diffusion directe par satellite américain non autorisés[19]. Le nombre d'utilisateurs non autorisés correspond à peu près au nombre de clients légitimes de Star Choice, représentant de ce fait une troisième option, bien qu'illégale, pour les consommateurs de télévision par satellite au Canada.

L'enquête de l'Association canadienne de télévision par câble mettait l'accent sur l'incidence de l'utilisation autorisée et non autorisée des signaux satellitaires dans la région du sud-ouest de l'Ontario à la fin de février et au début de mars 2002[20]. Elle a révélé qu'un ménage sur cinq dans cette région reçoit des services satellitaires et que sur ces 20 %, entre 22 et 28% sont des utilisateurs qui pourraient être non autorisés[21], du fait qu'ils ne pouvaient pas donner le nom de leur fournisseur. Cela

représente entre 4,5 % et 5,7 % du marché du sud-ouest de l'Ontario[22]. Le rapport indique qu'en raison de difficultés relatives à la mesure des marchés illégaux et gris, il est probable que ces données sont inférieures au nombre réel d'utilisateurs non autorisés dans la région étudiée[23]. L'étude conclut qu'au moins 28 035 ménages utilisent des services satellitaires non autorisés dans la région[24].

En transposant ces données à l'échelle nationale, l'enquête émet des réserves. Elle laisse d'abord entendre que les estimations fondées sur la recherche dans le sud-ouest de l'Ontario sont probablement prudentes, et qu'elles sous-représentent probablement le nombre total d'utilisateurs non autorisés[25]. De plus :

> Il y a peu de raisons de croire que l'incidence de l'utilisation non autorisée des signaux satellitaires varie grandement dans les régions anglophones du Canada. Il est probable toutefois que l'incidence pourra différer dans le Canada francophone, particulièrement au Québec, où la demande de service de langue anglaise est inférieure. Cette demande inférieure au Québec peut être compensée par l'incidence plus élevée de l'utilisation non autorisée des fournisseurs de service canadiens qui dispensent tous les services de langue française disponibles[26]. [Traduction]

Compte tenu de ces hypothèses et de ces réserves, l'enquête situe le nombre total des utilisateurs de satellite non autorisés à l'échelle nationale entre 475 864 et 715 269 ménages[27].

Proximité des États-Unis

Plusieurs témoins ont signalé au Comité que l'utilisation non autorisée de signaux satellitaires était plus importante dans les régions proches de la frontière canadoaméricaine :

> La vente de décodeurs pour les antennes paraboliques du marché gris ou du marché noir est très prospère au Nouveau-Brunswick à cause de la proximité de la frontière américaine. Ce phénomène ne se limite pas à l'Ontario[28]. [Traduction]

Ce point de vue est repris par la plupart des témoins :

> Mais en même temps que nous faisons tous ces investissements et que nous prenons ces engagements à l'égard de la province, les

> diffuseurs de l'autre côté de la frontière, comme nous l'avons vu, nous enlèvent nos clients. Par exemple, dans le dépliant publicitaire de Saint-John de la semaine dernière, parmi les dix annonces de systèmes satellitaire à vendre, sept étaient des systèmes américains avec cartes HU destinées aux marchés noir et gris[50].

Et :

> Nous trouvons que le problème est beaucoup plus aigu dans le sud-ouest de l'Ontario. Ce n'est pourtant pas une région éloignée du pays. Ce sont des régions très populeuses, mais très près de la frontière américaine. Les vendeurs traversent la frontière avec cet équipement en toute impunité. Rien ne restreint l'entrée des antennes paraboliques au Canada. Elles sont ensuite vendues dans des magasins et puis les gens achètent des cartes au magasin du coin. Nous avons tenté l'expérience pour voir à quel point ce serait facile. Ce n'est pas illégal de vendre ces cartes. Pas plus qu'il n'est illégal d'acheter les antennes paraboliques[51].

Et :

> Plus la région desservie se trouve à proximité de la frontière américaine, plus les pertes sont élevées. Par exemple, à Estevan, qui n'est qu'à quelques minutes de la frontière américaine, nos pertes sont beaucoup plus élevées qu'à Yorkton, notamment. Mais ces pertes sont importantes. Je crois qu'on a eu raison de dire que les gens visionneront ce qu'ils veulent, et que toute restriction — par définition — encouragera un bon nombre d'entre eux à se tourner vers le marché noir ou le marché gris. Nos clients, tout au moins dans notre région, ont tendance à se rebiffer lorsqu'on essaie de leur dire ce qu'ils peuvent regarder à la télé. Alors, ils essaient simplement de contourner le système canadien de radiodiffusion[52].

Plusieurs témoins ont également observé que les marchands du marché gris s'annoncent ouvertement et ne tentent pas de cacher leurs activités :

> Des détaillants vendent maintenant ouvertement des appareils permettant de pirater les émissions distribuées par les SRD américains. Ils se parent d'une certaine légitimité en se donnant des marques de commerce comme DIRECTV et EchoStar. Bien souvent, les consommateurs ne savent pas qu'ils ont affaire à un service illégal. Parfois, le prix demandé est tellement bas qu'on ne peut tout simplement pas refuser l'offre[53].

Et :

> Dans un article de journal récent, un analyste du marché a estimé qu'il y a 3 000 satellites de télévision du marché gris, sans parler de ceux du marché noir dans la seule région de la capitale. Cela représente près de 10 % des foyers de Fredericton. Ce n'est plus un secret à Moncton, Bathurst ou ailleurs. Les gens parlent ouvertement et librement de la disponibilité des satellites du marché noir"[13] [Traduction]

Le coût des marchés noir et gris

Le coût estimé des marchés noir et gris au Canada est élevé :

> La présence au Canada de cette autre industrie de diffusion non autorisée nuit considérablement au secteur de la radiodiffusion autorisée. La part de marché que s'est appropriée cette industrie parallèle entraîne des pertes de revenu annuelles d'environ 325 millions de dollars pour les entreprises de distribution de radiodiffusion canadiennes, ou EDR. Chez ces 600 000 ménages, l'exposition à des émissions canadiennes est minime ou inexistante. Pas de Radio-Canada, pas de TQS, pas de TSN.
>
> Les diffuseurs canadiens perdent des recettes publicitaires et la part des frais des abonnés qui leur revient. Les fonds canadiens de production perdent chaque année 16 millions de dollars de contributions directes des EDR et perdent aussi une part des contributions des diffuseurs. Cette baisse de financement pour les producteurs d'émissions entraîne une baisse des revenus que ces émissions pourraient générer à l'étranger ainsi qu'une diminution des débouchés pour les artistes. Bref, les Canadiens perdent ainsi des emplois.
>
> En d'autres termes, ces concurrents non autorisés compromettent l'embauche dans notre industrie et mettent en péril les milliards de dollars que nous avons investis dans l'infrastructure et la programmation. Enfin, et cette conséquence n'est pas la moindre, ils sapent le fondement même de la politique qui sous-tend notre industrie de la radiodiffusion"[14].

Et :

> D'autres radiodiffuseurs, vendeurs de satellite au détail, producteurs cinématographiques et magnétoscopiques, écrivains, acteurs, compositeurs et tous ceux dont l'emploi au Canada est compromis par le vol de signaux satellitaires croient que l'utilisation des systèmes non autorisés, qu'il s'agisse de marché noir ou de marché gris, ne devrait pas être tolérée au Canada[15].

Cet argument a été souvent repris par d'autres témoins de l'industrie :

> Monsieur le président, l'ensemble du système de radiodiffusion canadien souffre des répercussions du marché noir, étant donné que les commerçants de services par satellite entraînent les abonnés en leur offrant une technologie qui leur permet de contourner le système. Cela signifie au bout du compte que les artistes, techniciens, producteurs, radiodiffuseurs et distributeurs canadiens se voient priver de plus en plus de revenus.
>
> Des études menées par l'industrie démontrent que les services par satellite du marché noir pourraient coûter chaque année près de 400 millions de dollars ou plus au système de radiodiffusion canadien en perte de revenus. Cet argent pourrait être utilisé pour produire un programme solide et créer des emplois pour les Canadiens et Canadiennes partout au pays.
>
> Il ne s'agit pas là d'un petit problème insignifiant. Nos études révèlent que le marché noir se compare à la deuxième plus importante société canadienne de services par satellite. C'est, pour ainsi dire, comme si les provinces de l'Atlantique se retiraient complètement du système de radiodiffusion canadien[16].

Et :

> Comme nous l'avons indiqué l'année dernière, les services par satellite du marché noir ont pris de l'ampleur et desservent environ 500 000 à 600 000 abonnés. Soyons clairs : ces activités du marché noir détournent les abonnés canadiens en leur présentant une offre très alléchante — un service gratuit. Ce phénomène a des répercussions sur les créateurs, radiodiffuseurs, titulaires de droits et distributeurs, puisque nous perdons ces abonnés au profit d'un concurrent invisible qu'il nous est impossible de concurrencer. Le gouvernement et l'industrie doivent agir sans plus tarder pour remédier à cette situation[17].

Statut juridique des systèmes satellitaires du marché gris

Le 26 avril 2002, la Cour suprême du Canada a jugée illégale la réception de signaux satellitaires du marché gris au Canada. La Cour a reconnu tout particulièrement que l'article 9 de la Loi sur la radiocommunication interdit le décodage de tout signal satellitaire encodé, à une exception près. Elle fonde sa décision sur les principes de l'interprétation des lois et sur l'examen du langage utilisé par le législateur dans la création de la disposition, et sur les objectifs généraux et du régime réglementaire de la radiodiffusion au Canada.

La Cour soutient que la *Loi sur la radiocommunication* interdit l'activité de décodage d'un signal d'abonnement encodé et que l'interdiction porte ainsi sur le côté réception de la radiodiffusion[xv]. Cette interdiction s'applique au décodage de tout signal encodé, sauf lorsque la personne qui reçoit le signal en a reçu l'autorisation d'un distributeur légal. Ici, la Cour est très claire et déclare que si aucun distributeur légal n'existe pour accorder une telle autorisation, l'interdiction générale doit demeurer.[xvi] Les seules parties qui ont le droit légalement de distribuer les signaux au Canada — donc de donner leur autorisation — sont celles qui détiennent une licence du CRTC à cette fin, Bell ExpressVu ou Star Choice. Par conséquent, la réception des signaux satellitaires provenant des diffuseurs américains par les résidents canadiens au moyen de systèmes du marché gris contrevient à la loi au Canada.

Pour renforcer l'idée que l'alinéa 9(1)c) de la loi crée une interdiction absolue de tout décodage, suivie d'une exception limitée, la Cour suprême a examiné plus largement l'ensemble des régimes réglementaires des télécommunications et de la radiodiffusion au Canada. Elle juge que la *Loi sur la radiocommunication* et la *Loi sur la radiodiffusion* fonctionnent ensemble dans le cadre d'un seul système de réglementation. De l'avis de la Cour, la *Loi sur la radiodiffusion* témoigne d'une orientation culturelle non équivoque. Ainsi, le libellé de la *Loi sur la radiocommunication*, pris dans le contexte des objectifs de la *Loi sur la radiodiffusion*, s'inscrit dans le sens des objectifs de la politique de radiodiffusion en encourageant les radiodiffuseurs à se conformer au processus réglementaire avant de pouvoir donner leur autorisation de décoder leurs signaux et de percevoir des droits d'abonnement. Pourquoi, a demandé la Cour, le Parlement parlerait-il de propriété canadienne, de production canadienne, de contenu canadien en radiodiffusion pour ensuite laisser la porte ouverte à une radiodiffusion étrangère non réglementée pour éclipser tout cela? À quelle fin l'aurait-il fait[xvii]?

Enfin, cette interprétation particulière protège les détenteurs de droit d'auteur et complète le système réglementaire de la *Loi sur le droit d'auteur*. Une interdiction absolue du décodage est accordée sauf lorsque l'autorisation par la personne qui détient les droits légaux de transmettre et d'autoriser le décodage du signal inclut la protection des détenteurs du droit d'auteur de l'émission même, puisqu'elle interdit la réception non autorisée des signaux qui violent le droit d'auteur.

Incidences

Une des grandes préoccupations soulevées par cette décision est la crainte que des centaines de milliers de Canadiens qui ont des systèmes satellitaires du marché gris soient vulnérables à des accusations au criminel parce qu'ils contrevenaient à la *Loi sur la radiocommunication*. Il convient de se rappeler que ces systèmes ont été achetés de façon légitime et que tous les droits d'abonnement américains ont été payés en entier. Étant donné que la *Loi* prévoit des peines d'emprisonnement et de fortes amendes pour quiconque enfreint la *Loi*, de nombreuses personnes craignaient qu'on frappe à leur porte, que la police leur rende visite et que leur matériel satellitaire soit confisqué. En fait, cet argument a été examiné par un conseiller juridique des vendeurs de systèmes satellitaires du marché gris à l'audition de cet appel par la Cour suprême.

Toutefois, la Cour n'était pas convaincue qu'un tel scénario allait survenir. Le langage utilisé par la Cour à ce sujet est éloquent et il est utile de le reproduire et de l'examiner en détail.

D'abord, la Cour a indiqué qu'elle n'était pas persuadée que ceci jouait un rôle important dans le processus d'interprétation[42]. Autrement dit, elle était d'avis qu'il s'agissait d'une question secondaire au fondement de cet appel, qui portait plutôt sur la façon de bien interpréter le texte de l'alinéa 9(1)c). La Cour a ajouté ce qui suit :

> De toutes façons, je ne crois pas qu'il soit exact d'insinuer que la décision rendue dans cet appel aura pour effet de marquer comme criminel chaque résident canadien qui s'abonne à des services de radiodiffusion DTH américains et qui les paie. L'infraction au criminel se situant à l'alinéa 10(1)*b*) exige que les circonstances « donnent à penser que l'un ou l'autre est utilisé en vue d'enfreindre l'article 9, l'a été ou est destiné à l'être » [souligné dans l'original] et permet une défense basée sur « une excuse légitime ». En outre, le paragraphe 10(2.5) stipule que « Nul ne peut être déclaré coupable

> de l'infraction visée aux alinéas 9(1)c) [...] s'il a pris les mesures nécessaires pour l'empêcher »[41]. [Traduction]

Autrement dit, avant cette décision, la légalité de l'appartenance et de l'utilisation des systèmes satellitaires du marché gris était remise en question — c'est pour cette raison que la question a été soumise à la Cour suprême du Canada — et il est impossible de criminaliser une activité qui n'est pas clairement criminelle. Comme il existait des réserves légitimes quant à savoir si cette activité était en infraction de la loi, il serait impossible de dire qu'antérieurement à la date de la décision (le 26 avril 2002), ceux qui obtenaient ou utilisaient les systèmes le faisaient en vue d'enfreindre l'article 9 de la *Loi sur la radiocommunication*. Si vous ne saviez pas que le matériel était carrément illégal, vous n'aviez pas l'intention de l'utiliser en vue d'enfreindre la *Loi*. Ce raisonnement s'applique jusqu'à la date du jugement, car la loi sur ce point est maintenant claire.

Pour conclure sur ce point, la Cour a indiqué que « puisqu'il n'est ni nécessaire ni approprié de s'étendre sur le sens de ces dispositions hors du contexte factuel, je vais éviter de le faire »[42]. Cela signifie que comme cet appel portait précisément sur la question de l'interprétation législative, les aspects de la loi portant sur la responsabilité criminelle et les sanctions seront examinés ultérieurement, lorsque les faits et le contexte des cas les soulèveront directement.

Un autre aspect de cette question de la criminalisation se résume ainsi : vendeurs ou propriétaires du système de marché gris? D'après le libellé de la *Loi sur la radiocommunication*, il s'agit des deux. Les paragraphes 10(1)*b*) et 10(2.1) créent des infractions punissables par voie de déclaration sommaire de culpabilité pour quiconque fournit le matériel en vue d'enfreindre l'article 9 [vendeurs] **et** [gras ajouté] pour quiconque contrevient à l'alinéa 9(1)c) [propriétaires/utilisateurs de décodeurs]. Encore une fois, quant aux effets de cette décision, la prudence du langage employé semble indiquer qu'il serait invraisemblable qu'une poursuite soit intentée contre les propriétaires.

Le cas des vendeurs pourrait être tout autre, toutefois. Les distributeurs de signaux satellitaires canadiens et d'autres ont constamment maintenu qu'ils cherchent à poursuivre les vendeurs plutôt que les utilisateurs finaux. Par exemple, M. David McLennan, président-directeur général, Bell ExpressVu a indiqué au Comité :

> Quant aux mesures à prendre pour remédier au problème que posent les marchés gris et noir, il faut d'abord appliquer ces mesures dans les points de vente des produits. C'est le point de départ. Pour revenir à la décision ... [de] la Cour suprême, je crois qu'elle jouera un rôle important dans la répression des abus[45].

Mme Janet Yale, présidente et directrice générale, Association canadienne de la télévision par câble, abonde dans le même sens :

> Vous avez tout à fait raison, c'est une bataille de relations publiques très difficile à remporter, et c'est l'une des raisons pour lesquelles nous considérons que la solution ne consiste pas à condamner les personnes qui ont acheté les antennes paraboliques. S'il y a de la publicité dans les journaux qui invite le public à acheter ces antennes et à acheter ces cartes, les gens partent naturellement du principe que s'il n'était pas acceptable de les acheter, alors elles ne seraient pas à vendre. Donc, notre solution n'est pas de punir les consommateurs qui achètent ces cartes mais de cibler ceux qui les vendent.
>
> Deuxièmement, nous tâchons de faire comprendre au public qu'il s'agit de vol, pur et simple. Cela équivaut au vol à l'étalage, parce que ceux qui ont créé ce produit ne sont pas indemnisés. Donc, nous devons pratiquement créer les victimes de ce crime et signaler aux gens qui sont les véritables victimes, c'est-à-dire les artistes et les créateurs canadiens, ce qui signifie des emplois au Canada, sinon hier, alors certainement demain[46].

Le *Globe and Mail* publiait l'article suivant le lendemain de la décision :

> L'industrie de la radiodiffusion, le gouvernement et la GRC indiquent qu'ils cibleront les vendeurs commerciaux de décodeurs plutôt que le propriétaire d'antenne parabolique ou l'abonné de services satellitaires américains. Nous visons tout d'abord les négociants. Nous n'avons pas l'intention de déterrer la liste des abonnés, a déclaré Ian Gavanah, vice-président de Bell ExpressVu[47].

Cette position a été reprise par l'agent des relations avec les médias de la GRC, le caporal Benoît Desjardins. Il a déclaré que la GRC poursuivait son enquête sur le marché gris en s'intéressant surtout aux personnes ou aux compagnies qui fonctionnaient illégalement à une échelle commerciale[48]. C'est cette démarche — concentrer sur l'activité du vendeur plutôt que sur le propriétaire d'antenne parabolique — qu'ont systématiquement adoptée les responsables de l'application de la loi et les responsables de

l'industrie canadienne du satellite au cours des mois qui ont suivi la décision de la Cour suprême[57].

E. Le « marché gris inverse »

Il est important de noter qu'il existe un « marché gris inverse », quoique beaucoup moins important, dans l'importation de signaux satellitaires canadiens aux États-Unis. Les signaux de télévision canadiens sont recherchés par les Canadiens vivant aux États-Unis et qui désirent recevoir des émissions canadiennes qui ne sont pas offertes par les radiodiffuseurs américains. La *Soirée du hockey* de la SRC en est un bon exemple.

Toutefois, il est tout aussi illégal de recevoir des signaux satellitaires canadiens sans autorisation à des adresses américaines que de recevoir des signaux satellitaires américains sans autorisation à des adresses canadiennes. Aux termes des licences de la FCC américaine, aucun fournisseur de signaux satellitaires canadiens n'est autorisé à diffuser des signaux aux États-Unis. Mais le désir de recevoir des émissions canadiennes aux États-Unis a donné lieu au soi-disant « marché gris inverse ». Le fonctionnement de ce marché est très semblable à celui du marché gris canadien qui utilise les signaux satellitaires américains. Le Comité a entendu parler d'un site Web qui faciliterait l'accès et la connexion avec des services satellitaires canadiens à partir des États-Unis :

> Sur un site Web de Plain, au Wisconsin, un article intitulé «The Canadian Solution: An economical way of providing a vast improvement in the quality and quantity of TV & radio signals to your home», préconise une solution canadienne, une façon économique d'améliorer la qualité et la quantité des signaux de radio et de télévision qu'on peut capter chez soi, il propose de réduire les coûts d'abonnement et d'améliorer la réception des émissions de radio-télévision de Radio-Canada. Ce site donne un lien avec Bell ExpressVu, Star Choice et ainsi de suite[58].

On propose ensuite un numéro de téléphone 1-800 aux utilisateurs éventuels.

L'utilisation d'un numéro 1-800 est importante. Les abonnés légaux aux services satellitaires légaux au Canada composent un numéro 1-800 pour activer le service. Ce numéro n'est normalement accessible qu'au Canada, mais le Comité a appris que cet obstacle était facilement surmonté par un

système de transfert d'appel. Les utilisateurs éventuels du marché gris inverse composent d'abord un numéro 1-800 différent — basé au Canada, mais accessible partout en Amérique du Nord — et cet appel est ensuite acheminé à partir d'un lieu canadien à un numéro accessible au Canada seulement[51]. Cela contourne la contrainte géographique qui restreint le numéro de téléphone au Canada. Les abonnés au marché gris inverse canadien paient alors leur service satellitaire canadien avec une carte de crédit délivrée par une banque canadienne, ce qui crée l'apparence d'un service fourni au Canada.

Devant la preuve de cette pratique, les fournisseurs de signaux satellitaires canadiens ont nié connaître l'existence du site Web faisant la promotion de l'accès aux signaux satellitaires canadiens aux États-Unis ou le service d'activation du signal par transfert d'appels. M. David McLennan, président-directeur général de Bell ExpressVu, a déclaré : « Nous n'avons pas le droit de commercialiser notre signal aux États-Unis », et « ... nous nous gardons bien d'offrir sciemment notre service aux États-Unis[52] ». Au sujet du site Web et du système de transfert d'appels, M. McLennan a ajouté : « Non [je ne suis pas au courant], de toute manière, ce n'est pas quelque chose qui se fait chez ExpressVu[53] ». Il a précisé qu'en plus d'exercer de fortes pressions pour la détection des services satellitaires du marché gris au Canada et la prise de poursuites, sa compagnie a été la plus agressive au Canada pour lutter contre le marché gris inverse[54].

Un membre du Comité a dit souhaiter d'autres éléments de preuve de l'engagement de Bell ExpressVu à mettre fin à l'activité du marché gris :

> Je voudrais vous dire quelque chose à titre personnel, mais également peut-être au nom des autres membres du Comité. Si vous parveniez à me convaincre, peut-être dans un mémoire éventuel, que Bell ExpressVu intervient de façon très vigoureuse pour éliminer ce marché gris inverse — me convaincre en fait que vous allez vous en prendre aux retraités migrateurs et aux cas d'utilisation d'Internet comme on vient de voir, que vous prenez les mesures technologiques simples mais nécessaires que je vous ai proposées ce matin — à ce moment-là, je serais peut-être mieux disposé à dire oui, nous devrions nous aussi faire quelque chose.
>
> J'ai simplement l'impression — et peut-être me trompai-je — que tous ceux qui vendent des services DTH au Canada réclament des mesures contre le marché gris et le marché noir mais qu'étant donné la très large empreinte que vous avez avec votre propre signal satellite, les fournisseurs DTH au Canada ne sont pas vraiment très

chauds lorsqu'il s'agit de se priver des recettes que le marché gris inverse peut leur procurer[55].

Bell ExpressVu a répondu à cela par une lettre au président du Comité réitérant la politique de la compagnie selon laquelle elle ne permettrait pas sciemment à une personne de recevoir ses services à l'extérieur du Canada[56]. La lettre parle aussi des mesures prises par Bell ExpressVu pour assurer que les signaux satellitaires canadiens ne sont disponibles qu'à des adresses canadiennes. Ces mesures comprennent la formation des employés, les contrats de service et les ententes relatives à la vente de matériel interdisant la réception de leurs signaux ou l'utilisation du matériel à l'extérieur du Canada, la gestion des stocks, les activités de suivi et l'observation de la loi[57].

F. La question du prétendu « marché satellitaire bleu »

En plus des marchés noirs et gris des signaux et des équipements satellitaires, qui sont bien connus, on parle d'un troisième marché « bleu » qui existe dans la vente de matériel illégal permettant de voir les signaux obtenus illégalement. Ce marché a prétendument vu le jour suite à la décision de la Cour suprême du Canada d'avril 2002, rendant illégale la vente de matériel de décodage qui permet d'accéder aux services satellitaires américains non autorisés, comme DirecTV et EchoStar.

Avant cette décision, la légalité de la vente de matériel et de l'accès à ces services américains n'était pas claire et des vendeurs et acheteurs de systèmes satellitaires au Canada ont mis en place une sorte de marché gris. Ceux qui voulaient recevoir les services satellitaires américains pouvaient acheter le matériel de réception nécessaire — en général une antenne parabolique et un décodeur reliés au téléviseur du téléspectateur — et prendre par la suite les dispositions nécessaires et faire les paiements pour recevoir les signaux satellitaires américains grâce à ce matériel. Cette démarche était normalement facilitée par le vendeur qui donnait aux distributeurs de signaux satellitaires américains une fausse adresse postale aux États-Unis pour donner l'impression que les signaux satellitaires américains étaient livrés à une adresse américaine, comme le veut la loi américaine. En fait, les signaux étaient livrés à une adresse canadienne et, ainsi, ces consommateurs canadiens recevaient des signaux satellitaires

d'un distributeur qui n'était pas autorisé à fournir ce service au Canada. La décision de la Cour suprême a rendu cette pratique illégale.

Après cette décision, les Canadiens qui s'étaient abonnés aux services satellitaires américains se trouvaient pris avec un matériel illégal qui ne pouvait recevoir que des signaux satellitaires américains. Bell ExpressVu — une des deux compagnies autorisées à fournir des signaux satellitaires au Canada — a offert un programme d'amnistie permettant de retourner le matériel illégal à Bell ExpressVu en échange du matériel et du service légal et autorisé de Bell ExpressVu. Ce qui est advenu du matériel du marché gris dorénavant illégal a suscité une certaine curiosité.

On a prétendu que Bell a vendu le matériel, des milliers d'unités à 5 $ l'unité, à une petite entreprise de l'Ontario, Continental Components[58]. Celle-ci aurait ensuite vendu le matériel — qui ne peut servir qu'à recevoir des signaux satellitaires américains et non pas des signaux canadiens — à des consommateurs canadiens. C'est ce que l'on a appelé le marché « bleu » — appelé ainsi à cause des couleurs distinctives de Bell. Bell ExpressVu a catégoriquement nié ces allégations. John Sheridan, président-directeur général de Bell Canada, qui est le propriétaire du service satellitaire ExpressVu, a déclaré qu'il est insensé de prétendre que les problèmes que connaît l'industrie avec le piratage et le vol de signaux au Canada sont liés à ExpressVu[59].

M. Sheridan a toutefois reconnu que le piratage et le vol de signaux demeuraient un problème au Canada. Le vol de signaux américains, a-t-il déclaré, est la véritable question, puisqu'un nombre croissant de personnes utilisent des cartes satellitaires piratées et la technologie illégale pour contourner les fournisseurs canadiens[60]. Il a ajouté qu'ExpressVu essaie de contrer le vol de ses signaux par des moyens techniques. Tout comme M. Sheridan, M. Timothy McGee, président de Bell ExpressVu, nie la participation de Bell ExpressVu dans le vol des signaux et insiste sur la nécessité d'une réponse coordonnée à l'échelle de l'industrie[61] à ce vol. Nous faisons tout ce que nous pouvons pour atténuer à l'interne toutes les occasions qui pourraient donner lieu au vol de nos propres services. Il y va de notre intérêt de le faire. Toute allégation contraire est tout simplement fausse, a-t-il déclaré.

G. Contestations éventuelles

Le Comité est tout à fait en faveur de mesures prises par les autorités pour assurer le respect de la loi, qui interdit la réception de signaux non autorisés ou le vol de signaux satellitaires.

Cela étant dit, le Comité est bien conscient que si la décision rendant illégal le marché gris au Canada a réglé un problème, elle en a laissé d'autres sans réponse. Les vendeurs de systèmes du marché gris ne voient certainement pas la décision de la Cour suprême comme définitive. En effet, bien qu'il soit impossible d'en appeler de cet aspect en particulier de la décision de la Cour, quelques jours seulement après la décision, des avocats représentant 17 vendeurs de systèmes de télévision satellitaire du marché gris ont obtenu une injonction de sept jours reportant l'application de la décision par la Couronne jusqu'à ce qu'une contestation constitutionnelle soit entendue. Ils ont comparu de nouveau à la Cour supérieure de l'Ontario pour prolonger l'injonction. La Cour supérieure a refusé, faisant valoir que les négociants n'avaient pas fourni la preuve qu'ils subiraient un préjudice irréparable si l'injonction n'était pas prolongée. Cette décision du 10 mai 2002 a donné le feu vert à Industrie Canada et à la GRC pour entreprendre l'application de la décision de la Cour suprême du Canada.

La question la plus importante peut-être est l'inévitable contestation, fondée sur la Charte, de l'interdiction du décodage des signaux de diffusion étrangers. En somme, la Cour suprême a proposé que la question lui soit soumise de nouveau :

> Il pourrait bien arriver que lorsque cette question retournera devant les tribunaux l'avocat des répondants demandera que l'alinéa 9(1)c) de la *Loi sur la radiocommunication* soit déclarée inconstitutionnelle parce qu'il va à l'encontre de la *Charte*. À ce moment-là, il sera nécessaire d'examiner la preuve relative aux droits expressément évoqués, de décider si ces droits ont été violés par l'alinéa 9(1)c), et si tel est le cas, s'ils sont justifiés en vertu de l'article 1er. [Traduction]

Un tel appel est actuellement devant les tribunaux. Un groupe de distributeurs de systèmes du marché gris a déposé une demande à la Cour supérieure de justice de l'Ontario pour obtenir une déclaration selon laquelle les dispositions de la *Loi sur la radiocommunication* interdisant la réception de signaux satellitaires américains non autorisés seraient contraires à la garantie de la liberté d'expression énoncée au paragraphe 2*b*) de la Charte canadienne des droits et libertés[44]. Cette audience va

mettre directement en opposition les valeurs de la liberté d'expression et les politiques et objectifs de la radiodiffusion canadienne. Cela nécessitera un équilibre des intérêts entre la liberté de regarder une émission de télévision de son choix et les politiques et règlements de radiodiffusion visant à maintenir et renforcer l'identité nationale et la souveraineté culturelle. Il est probable qu'il faudra un certain temps avant que cette question ne passe par les divers niveaux d'audiences et d'appels avant d'aboutir de nouveau à la Cour suprême du Canada, qui devra trancher.

Cela étant dit, le Comité comprend que si les Canadiens sont aussi nombreux à s'abonner à des services étrangers de télévision par satellite, c'est vraisemblablement pour pouvoir capter un plus grand nombre d'émissions internationales. Comme le professeur Will Straw l'a dit au Comité :

> Lorsque, grâce aux satellites du marché gris ou au câble, les gens regardent les bulletins d'information à la BBC, de vieux films tournés à Bollywood, tout cela à mon avis renforce la culture canadienne, tout autant que s'ils regardaient une émission culturelle canadienne. [...] [Ils] se voient au niveau planétaire, d'une façon qui doit aussi commencer à nous interpeller ici au Canada. [...] Nous devons à mon avis trouver le moyen de nous ouvrir davantage à toutes ces émissions qui sont réalisées dans les différentes parties du monde. Après un certain temps, cela aurait pour conséquence de réduire la portée et la dominance de la production américaine[55]

Compte tenu de tout cela :

RECOMMANDATION 16.1 :

Le Comité recommande que le CRTC permette aux distributeurs canadiens de radiodiffusion d'offrir un plus grand choix d'émissions internationales tout en respectant la réglementation canadienne en matière de contenu.

Le Comité est d'avis qu'un plus grand choix d'émissions internationales devrait permettre de récupérer la plupart des consommateurs canadiens qui ont choisi de ne pas se servir du système canadien de radiodiffusion. On verrait aussi augmenter les recettes des câblodistributeurs et fournisseurs canadiens de services satellitaires, de même que leurs cotisations obligatoires au Fonds canadien de télévision, ainsi que l'ensemble des fonds destinés à la création de nouvelles émissions de télévision canadiennes.

Notes en fin de chapitre

1 Janet Yale, présidente et directrice générale, Association canadienne de télévision par câble, réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, le 19 février 2002.
2 Ken Stein, vice-président principal, Affaires réglementaires et de la société, Shaw Communications Inc., réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, le 19 février 2002.
3 David McLennan, président-directeur général, Bell ExpressVu, réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, le 11 avril 2002.
4 Janet Yale, réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, le 19 février 2002.
5 Metin Akgun, vice-président, Technologies de radiodiffusion, Centre de recherches sur les communications Canada, réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, le 31 janvier 2002.
6 « La personne « légitimement autorisée » est celle qui possède les droits légitimes en vertu de la licence qui lui est régulièrement délivrée conformément à la *Loi*, l'autorisation du Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes ainsi que les droits contractuels et les droits d'auteur se rapportant nécessairement au contenu qu'implique la transmission d'un signal d'abonnement ou d'une alimentation réseau. » *Bell ExpressVu Limited Partnership* c. *Rex*, [2002] CSC 42, par. 42, Iacobucci J., citant Létourneau J.A. in *ExpressVu Inc.* c. *NII Norsat International Inc.*, [1998] 1 C.F. 245 par. 4.
7 *Bell ExpressVu Limited Partnership* c. *Rex*, [2002] CSC.
8 Paul Fitzgerald, vice-président et conseiller juridique, Congrès Ibéroaméricain, réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, le 23 avril 2002.
9 *Ibid.*
10 *Ibid.*
11 Maxim Atanassov, réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, le 2 mai 2002.
12 Réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, le 20 novembre 2001.
13 Décision CRTC 2002-319.
14 *Bell ExpressVu Limited Partnership* c. *Rex*, [2002] CSC.
15 Ian Gavaghan, vice-président et avocat général, Bell ExpressVu, réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, le 11 avril 2002.
16 Alan Goluboff, président, La Guilde canadienne des réalisateurs, réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, le 21 mai 2002.
17 « Il est difficile de donner un chiffre. Je sais que l'association industrielle entreprend un sondage auprès de ses membres du pays tout entier en ce moment, en fait ça se fait en ce moment, afin de déterminer les pertes associées au marché gris et au marché noir, je sais que les montants sont importants. » M. Jim Deane, président-directeur général, Access Communications Co-operative Ltd., réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, le 28 février 2002.
18 Ian Gavaghan, réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, 11 avril 2002.
19 *Ibid.*
20 The Strategic Counsel, « A Report to the Canadian Cable Television Association, unauthorized Satellite Use in Southwestern Ontario », avril 2002.
21 *Ibid.*
22 *Ibid.*
23 *Ibid.*
24 *Ibid.*
25 *Ibid.*
26 *Ibid.*
27 *Ibid.*
28 Ken Marshall, vice-président et directeur, Région de l'Atlantique, Rogers Cable Inc., réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, le 2 mai 2002.
29 *Ibid.*
30 Janet Yale, réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, le 19 février 2002.
31 Jim Deane, réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, le 28 février 2002.
32 Ian Gavaghan, réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, le 11 avril 2002.
33 Ken Marshall, réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, le 2 mai 2002.
34 Ian Gavaghan, réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, le 11 avril 2002.
35 Ken Marshall, réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, le 2 mai 2002.

36 Yves Mayrand, vice-président, Affaires juridiques et secrétariat, COGECO Inc., réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, le 19 février 2002.
37 Dave Baxter, président, WestMan Communications Group, réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, le 19 février 2002.
38 *Bell ExpressVu Limited Partnership* c. *Rex*, [2002] CSC.
39 *Bell ExpressVu Limited Partnership* c. *Rex*, [2002] CSC 42, par. 33. Souligné dans l'original.
40 *Ibid.*, par. 41.
41 *Ibid.*, par. 48.
42 *Ibid.*, par. 54.
43 *Ibid.*
44 *Ibid.*
45 David McLennan, réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, le 11 avril 2002.
46 Janet Yale, réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, le 19 février 2002.
47 H. Scoffield, « Penalties to target satellite decoder vendors », *Globe and Mail*, le 27 avril 2002.
48 K. Damsel, « Dish dealers lose court bid », *Globe and Mail*, le 11 mai 2002.
49 Voir par exemple, « Lawsuit targets grey market satellite dealers », CTV News, Sci-Tech, 21 October 2002, S. Kari, « Media giants file $100 million lawsuit over grey-market dishes », *The Ottawa Citizen*, 22 October 2002, et CASST (Coalition Against Satellite Signal Theft) Public Awareness Campaign Letter, 28 October 2002, http://www.casst-ccvss.ca.
50 Jim Abbot, réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, le 11 avril 2002.
51 Réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, le 11 avril 2002.
52 David McLennan, réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, le 11 avril 2002.
53 *Ibid.*
54 *Ibid.*
55 Réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, le 11 avril 2002.
56 Lettre à Clifford Lincoln, président, Comité permanent du patrimoine canadien, d'Ian Gavaghan, vice-président et avocat général — Bell ExpressVu, le 14 juin 2002.
57 *Ibid.*
58 « Bell ExpressVu accused of helping grey market satellite », Saša Petricic, *The National*, CBC Television, le 19 juin 2002.
59 Mark Evans, « Bell denies charges levelled by Quebecor. Bell COO labels Péladeau's signal-theft allegation as nonsense. 'Piracy industry issue' », *National Post*, le 7 novembre 2002.
60 *Ibid.*
61 David Paddon, « Péladeau takes shot at 'blue' market for pirated ExpressVu signals », *Canadian Press*, le 6 novembre 2002.
62 *Ibid.*
63 *Bell ExpressVu Limited Partnership* c. *Rex*, [2002] CSC 42, par. 67.
64 *Incredible Electronics Inc.* c. *Canada (Procureur général)*, Cour supérieure de justice de l'Ontario, numéro du greffe 02-CV-228526CM1.
65 Réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, le 21 novembre 2002.

MAINTIEN D'UN SYSTÈME UNIQUE

Chapitre 17

Mondialisation et diversité culturelle

Par un appui direct et indirect, les Canadiens ont toujours été disposés à soutenir la radiodiffusion pour servir les objectifs publics. Il en est de même dans d'autres démocraties occidentales, notamment l'Australie, la France et l'Allemagne : on estime qu'une certaine réglementation et une certaine protection sont à la fois un avantage et un soutien pour le réseau de radiodiffusion. Trouver un juste équilibre est toujours difficile : c'est la tâche que le CRTC et d'autres organismes de réglementation essaient d'accomplir quotidiennement.

Nous examinerons dans le présent chapitre les facteurs internationaux qui exercent des pressions sur la diversité du système canadien de radiodiffusion. Pour commencer, nous nous pencherons sur les stratégies d'exemption culturelle dans les ententes commerciales internationales. Nous traiterons ensuite des propositions concernant la création d'un instrument international visant à protéger la souveraineté culturelle, puis nous aborderons brièvement la question de la coopération et de la coordination internationales. Enfin, nous nous pencherons sur les témoignages concernant divers aspects de la diversité culturelle et le système canadien de radiodiffusion[1].

A. Stratégies d'exemption culturelle et ententes internationales

Il ne faut pas oublier que la politique canadienne de radiodiffusion est une politique culturelle. Les règles d'application générale ont soulevé des préoccupations, notamment pour le secteur de la radiodiffusion. L'article 2005 de l'Accord de libre-échange-Canada-É.-U. (ALE, 1987), qui a été repris dans l'Accord de libre-échange nord-américain (ALENA) en 1992, de même que les règles de l'Organisation mondiale du commerce (OMC, 1995), y compris l'Accord général sur les tarifs douaniers et le commerce (GATT) et l'Accord général sur le commerce des services (GATS) étaient la préoccupation principale des témoins qui ont comparu devant le Comité.

Dans les discussions sur le droit d'auteur, les témoins ont soulevé l'Accord sur les ADPIC (aspects des droits de propriété intellectuelle qui touchent

au commerce) de l'OMC et la Convention de Berne (à l'égard des droits d'auteur). On a aussi mentionné l'article 301 de la *Trade Act* des États-Unis ainsi que d'autres accords.

L'article 2005 de l'Accord de libre-échange retire sans ambiguïté les industries culturelles du tableau du paragraphe 1, précisant que les industries culturelles sont exemptées des dispositions de l'Accord. Toutefois, au paragraphe 2, il est dit qu'une partie peut prendre des mesures à effet commercial équivalent en réponse à des actions qui auraient été à l'encontre de l'accord, nonobstant le paragraphe 1. Ainsi, la protection de la culture est autorisée, mais non sans conséquences.

Que sont les industries culturelles?

L'exemption culturelle de l'ALENA prévoit que toutes les mesures relatives aux industries culturelles doivent être régies par les dispositions de l'ALÉ, notamment l'article 2005 qui exempte les industries culturelles des obligations découlant de l'ALÉ. Il en résulte que le critère de conformité est celui de l'ALÉ et non celui de l'ALENA.

L'article 2107 de l'ALENA définit l'expression « industries culturelles » comme suit :

« personnes qui se livrent à l'une ou l'autre des activités suivantes :

a) la publication, la distribution ou la vente de livres, de revues, de périodiques ou de journaux, sous forme imprimée ou exploitable par machine, à l'exclusion toutefois de la seule impression ou composition de ces publications,

b) la production, la distribution, la vente ou la présentation de films ou d'enregistrements vidéo,

c) la production, la distribution, la vente ou la présentation d'enregistrements de musique audio ou vidéo,

d) l'édition, la distribution ou la vente de compositions musicales sous forme imprimée ou exploitable par machine, ou

e) les radiocommunications dont les transmissions sont destinées à être captées directement par le grand public, et toutes les activités de radiodiffusion, de télédiffusion et de câblodistribution et tous les services des réseaux de programmation et de diffusion par satellite. »

Des témoins ont déclaré au Comité que la stratégie d'exemption culturelle avait donné des résultats inégaux. Le cas des périodiques, porté devant l'Organisation mondiale du commerce par les États-Unis, en est un exemple. En 1997, l'OMC s'est prononcée contre certaines mesures du Canada, notamment un tarif douanier et une taxe d'accise sur les magazines étrangers à tirage dédoublé[2]. Avant la conclusion, en 1999, d'un accord bilatéral par lequel le Canada était autorisé à conserver certaines restrictions relatives aux services de publicité, le Canada a été menacé d'éventuelles mesures de rétorsion en application de l'article 301 de la *Trade Act* des États-Unis. La loi américaine autorise des actions unilatérales contre les pratiques commerciales déloyales de pays étrangers dans les industries apparentées ou non conformes.

Nous résumons à la figure 17.1 les principes fondamentaux du commerce multilatéral.

Figure 17.1 Principes du système commercial multilatéral

Le système commercial multilatéral repose sur les concepts et principes suivants :

Statut de la nation la plus favorisée (NPF) : les pays parties aux accords commerciaux conviennent d'accorder à tous leurs partenaires commerciaux le statut de « la nation la plus favorisée » (NPF) et de tous les traiter sur un pied d'égalité.

Traitement national : lorsque les biens ou services d'un partenaire commercial font leur entrée sur un marché déterminé, le pays d'accueil accepte de leur accorder le « traitement national », c'est-à-dire un traitement semblable à celui que reçoivent ses propres biens et services.

Transparence/prévisibilité : les pays conviennent d'assurer la « transparence » ou la « visibilité » de toutes leurs pratiques commerciales en faveur de leurs partenaires commerciaux et de s'abstenir de pratiques inéquitables ou moins visibles, comme l'octroi de subventions à des industries déterminées ou le dumping. Les pays s'engagent également à conclure des accords exécutoires qui instaurent un régime commercial prévisible, de manière à ce que les entreprises et investisseurs étrangers n'aient pas à craindre que des pays ne dressent subitement des barrières arbitraires au commerce. Ces principes constituent les fondements de l'Accord du GATT, de l'Accord général sur le commerce des services et l'ALÉ.

Le Canada a, jusqu'à présent, toujours maintenu une politique d'exemption de la culture, en cas de négociations d'un Accord multilatéral sur l'investissement (AMI) et dans les autres négociations. Ainsi, les accords bilatéraux de libre-échange du Canada avec le Chili, le Costa Rica et Israël comportent des exemptions touchant la culture; toutefois, contrairement à l'Accord de libre-échange entre le Canada et les États-Unis, aucun de ces accords ne prévoit de mesures de rétorsion contre des mesures non conformes. Des organismes comme la Conférence canadienne des arts ont fait valoir au Comité qu'il fallait continuer d'exclure la culture des accords commerciaux[1]. D'autres témoins, issus principalement des milieux artistiques, applaudissaient à cet appel, notamment la Société professionnelle des auteurs et des compositeurs du Québec, l'Association canadienne des distributeurs et exportateurs de films, l'Association des réalisateurs et des réalisatrices du Québec, la Société des auteurs de radio, télévision et cinéma, l'Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo, l'Association des producteurs de films et de télévision du Québec et l'Union des artistes.

Les sept organismes susmentionnés font partie de la Coalition pour la diversité culturelle, qui croit que la souveraineté culturelle, c'est-à-dire le droit de l'État de légiférer dans le secteur de la culture, ne devrait pas être négociable. À ce propos, la Coalition a dit au Comité :

> Pour y parvenir, on a établi deux principes. Le premier, c'est l'exception culturelle. Nous retirons la culture de tous les traités de commerce, qu'ils soient bilatéraux, régionaux, comme la Zone de libre-échange des Amériques, ou internationaux, c'est-à-dire le GATT, le GATS et l'Organisation mondiale du commerce. C'est la première partie. Commençons par exclure complètement les produits, les biens et les services culturels de toute entente, de tout traité de commerce international. Retirons la culture de la libéralisation du commerce, parce que les lois qui s'appliquent à la libéralisation du commerce vont totalement à l'encontre de toute la structure culturelle d'un pays comme le Canada et de la majorité des pays du monde, d'une part, mais il faut cependant, d'autre part, gérer les échanges entre les différentes cultures.
>
> Comment allons-nous y parvenir? C'est l'autre partie du travail de la Coalition. Créons une convention internationale, un organisme international qui gérerait l'ensemble de ces échanges entre les différentes cultures du monde. Ce qui n'est pas défini, c'est quelle forme prendrait cette convention internationale. Quel en serait le

> contenu? Comment s'assurer que ses principes iraient au-delà des principes d'organisations, comme l'Organisation mondiale du commerce, c'est-à-dire qu'on n'aurait pas a *retaliation* [sic] quelque part, des représailles quelconques. Comment s'assurer que cet organisme-là aurait préséance sur les autres accords commerciaux? Et l'autre question qui se pose est la suivante : sous quel chapeau serait-il? Est-ce que ce serait les Nations Unies? Est-ce que ce serait un traité comme celui de Kyoto sur l'environnement? Est-ce que d'autres organismes internationaux devraient chapeauter cette convention? Là, il n'y a pas de consensus, il n'y a pas d'accord[4].

Ce sont là les deux principales approches : l'exception culturelle dans les accords commerciaux et la création d'une convention internationale sur la diversité culturelle. Dans son rapport de 1999, intitulé *La culture canadienne dans le contexte de la mondialisation : Nouvelles stratégies pour la culture et le commerce* et rédigé dans le contexte de la numérisation, de la convergence, des technologies naissantes, de la concentration des multinationales et de la libéralisation des institutions internationales, le Groupe de consultations sectorielles sur le commerce extérieur — Industries culturelles (GCSCE) préconisait ces deux grandes approches. Le GCSCE reconnaissait dans son rapport deux autres stratégies possibles touchant le commerce et la culture : ne prendre aucun engagement que ce soit en matière de culture ou conclure des accords ponctuels visant des secteurs spécifiques.

Des témoins ont soutenu que les préoccupations relatives à la souveraineté culturelle n'étaient pas justifiées et qu'une exemption culturelle pourrait avoir des répercussions défavorables. Dans son mémoire au Comité, la société AOL Time Warner a écrit que les craintes en matière de souveraineté étaient injustifiées : l'aide à la culture canadienne et la promotion de celle-ci sont réalisables d'une manière conforme aux traités commerciaux actuels et prévus[5]. Pour sa part, l'Association canadienne des distributeurs de films (ACDF) a soulevé une autre objection :

> Élargir l'exemption aux industries culturelles... ne permet ni transparence ni certitude et laisse les industries canadiennes vulnérables aux représailles unilatérales... l'ACDF recommande que l'industrie culturelle canadienne figure à la table des négociations commerciales multilatérales[6].

Mme Susan Peacock, vice-présidente de l'ACDF, a dit au Comité : « une exonération des ententes commerciales pour les industries culturelles ne veut pas dire qu'il n'y aura plus de différends commerciaux[7] ». À titre d'exemple, en 1994, le CRTC a approuvé la demande d'un service canadien

de musique country, New Country Now (NCN), visant à supprimer un service de musique country de propriété américaine, Country Music Television (CMT), de la liste des services de télévision spécialisés admissibles[9]. Après avoir été débouté devant un tribunal, CMT a menacé de retirer les artistes canadiens de ses services non canadiens aux États-Unis et ailleurs et a déposé une plainte en vertu de l'article 301. Le bureau du représentant commercial des États-Unis a appuyé la cause de CMT. En 1995, le problème s'est résorbé à la suite d'une entente commerciale conclue par CMT et NCN dans laquelle CMT achetait une part de NCN et où le réseau canadien prenait le nouveau nom de « CMT Canada ».

En ce qui a trait à la création d'un instrument international pour protéger les intérêts de la diversité culturelle, le niveau d'optimisme chez les témoins variait grandement. Certains groupes, par exemple la Canadian Independent Record Production Association (CIRPA) ont donné leur appui au concept du nouvel instrument sur la diversité culturelle préconisé par le GCSCE, même si c'est un secteur des plus complexe qui exigera un examen très approfondi afin de garantir les meilleurs résultats possibles[10]. De la même façon, l'Alliance of Canadian Cinema, Television and Radio Artists (ACTRA) a fait remarquer :

> Nous donnons notre appui à ceux qui préconisent la mise en œuvre d'un pacte culturel mondial, un nouvel instrument international pour la diversité culturelle, qui servirait de fondement juridique permanent au droit des États sur leur propre culture. Jusqu'à la mise en œuvre de cet instrument, le Canada doit se garder de prendre quelque engagement, dans ses négociations commerciales, qui porterait plus amples restrictions, directement ou indirectement, à notre droit d'adopter, de conserver ou de modifier des politiques dont nous avons besoin au Canada[11].

D'autres témoins ont appuyé l'appel de la Fédération nationale des communications, qui estime que le Canada devrait tout simplement « dénoncer et rejeter toute entente économique internationale qui s'attaque au droit des États de déterminer seuls les règles de développement et de protection du secteur de la culture et des communications[12] ». La SOCAN (Société canadienne des auteurs, compositeurs et éditeurs de musique) a affirmé au Comité que le gouvernement devait agir avec rapidité et prudence. Sa principale préoccupation était qu'un assouplissement des règles commerciales équivaille à l'ouverture d'une boîte de Pandore :

> Par exemple, l'article 1106 de l'ALENA crée des obligations touchant les exigences d'exécution. La SOCAN s'oppose à l'article 1106 puisqu'il limite l'aptitude du Canada à développer sa propre économie grâce à des exigences d'exécution comme les règles qui ont trait au contenu canadien et qui obligent les investisseurs étrangers à embaucher des travailleurs canadiens et à utiliser des produits et services canadiens.
>
> Sans l'exemption culturelle de l'ALENA, qui n'est pas une garantie absolue en soi, l'article 1106 interdirait l'application des règles sur le contenu canadien aux investisseurs américains. Cela pourrait beaucoup nuire aux membres de la SOCAN.
>
> Jusqu'à présent, l'article 1106 n'a pas posé de problème puisque l'investissement étranger se limite pour le moment au secteur de la radiodiffusion. Le Comité doit donc nécessairement tenir compte du fait que les conséquences sur le contenu canadien qui résulteraient d'une ouverture du secteur canadien de la radiodiffusion aux investisseurs étrangers pourraient être considérables. Il est aussi important de souligner que les dispositions sur les différends investisseur-État pourraient exposer nos mesures de protection culturelle aux attaques des entreprises étrangères.
>
> Étant donné les préoccupations que nous avons exprimées au sujet de la position du Canada devant l'OMC, nous croyons que les efforts en vue d'établir l'instrument international proposé pour protéger la diversité culturelle devraient être déployés de façon musclée et le plus tôt possible[12].

De même, dans son mémoire au Comité, la Société Radio-Canada a fait remarquer ce qui suit :

> Un élément important des futures négociations commerciales touchant les industries culturelles consistera à définir très clairement la nature du mandat de Radio-Canada ainsi que son financement. Sinon, le financement de Radio-Canada pourrait faire l'objet de sanctions commerciales[13].

Depuis la fin des années 1990, le Réseau international sur la politique culturelle (RIPC), le Réseau international pour la diversité culturelle (RIDC) et d'autres intervenants travaillent à l'élaboration d'un nouvel instrument international sur la diversité culturelle qui engloberait les industries culturelles telle que l'industrie de la radiodiffusion. Le RIPC intervient au niveau des ministres de la Culture du monde entier, tandis

que le RIDC et les autres parties agissent en tant qu'organisations non gouvernementales de la société civile. L'idée même d'un nouvel instrument international (parfois appelé convention ou traité) a été présentée par le Canada et provient du rapport du GCSCE. Nous résumons à la figure 17.2 les caractéristiques que devrait avoir le nouvel instrument, d'après le GCSCE.

Figure 17.2 Un instrument international sur la diversité culturelle : à quoi servirait-t-il?

Un nouveau traité international portant sur la diversité culturelle servirait à :

- Reconnaître l'importance de la diversité culturelle;
- reconnaître que les biens et services culturels diffèrent sensiblement des autres produits;
- reconnaître que les mesures et politiques visant à garantir l'accès à une gamme de produits culturels d'origine nationale diffèrent sensiblement des autres politiques;
- définir des règles s'appliquant aux mesures réglementaires et autres que les pays peuvent ou non appliquer pour rehausser la diversité culturelle et linguistique;
- déterminer de quelle façon les disciplines commerciales s'appliqueraient ou ne s'appliqueraient pas aux mesures culturelles qui respectent des règles convenues.

Dans ses observations devant le Comité, la ministre du Patrimoine canadien a salué des pays en développement comme le Mexique et la Colombie, pour l'intérêt qu'ils portent aux questions touchant la radiodiffusion[14]. En mars 2001, le Groupe de travail sur la radiodiffusion dans l'environnement mondial du RIPC tenait sa première réunion, au cours de laquelle la discussion a porté sur un modèle de « communications durables qui est fondé sur les valeurs démocratiques et la liberté d'expression » et qui comporte diverses approches[15].

Le 2 novembre 2001, la Déclaration universelle sur la diversité culturelle a été adoptée dans le cadre de la 31e Conférence générale de l'UNESCO, qui s'est tenue dans la capitale française[16]. Par la suite, lors d'une rencontre tenue au Cap, en Afrique du Sud, du 14 au 16 octobre 2002, le RIPC a convenu que l'UNESCO était l'institut international approprié pour chapeauter et mettre en œuvre un instrument international sur la diversité culturelle[17].

D'autres organisations, notamment la Francophonie (dont sont membres le Canada, le Québec et le Nouveau-Brunswick), ont fait des déclarations analogues et mis en place des mécanismes parallèles pour favoriser le progrès. La Déclaration de Beyrouth publiée par les pays de la

Francophonie (Sommet de Beyrouth, du 18 au 20 octobre 2002) reprenait l'appel lancé au Cap :

> Nous saluons l'adoption de la Déclaration de l'UNESCO sur la diversité culturelle. Nous appuyons le principe de l'élaboration d'un cadre réglementaire universel et nous sommes en conséquence décidés à contribuer activement à l'adoption par l'UNESCO d'une convention internationale sur la diversité culturelle[18].

Pourtant, cette déclaration allait au-delà de l'approche du RIPC et rejetait toute solution passant par l'OMC ou d'autres accords commerciaux :

> Nous estimons, dans les conditions actuelles, que la préservation de la diversité culturelle implique de s'abstenir de tout engagement de libéralisation à l'OMC en matière de biens et services culturels, et ce afin de ne pas compromettre l'efficacité des instruments visant à la promotion et au soutien de la diversité culturelle[19].

Le 12 décembre 2002, le Comité a entendu les témoignages éclairés d'éminents spécialistes : M. Denny Gélinas (directeur général, ministère du Patrimoine canadien), M. Peter Grant (associé principal, McCarthy Tétrault), M. Ivan Bernier (professeur de droit, Université Laval), M. Robert Pilon (vice-président exécutif, Coalition pour la diversité culturelle), M. Ken Stein (président, GCSCE - Industries culturelles) et M. Garry Neil (coordonnateur, Réseau international pour la diversité culturelle).

Chacune de ces personnes pressait le Canada de continuer dans sa voie et, pour la plupart, elles soulignaient l'urgence d'agir sur la scène internationale. Les quatre grandes options présentées au Canada étaient les suivantes : continuer à travailler pour une approche reposant sur l'UNESCO, envisager l'inclusion de la culture *dans* les accords commerciaux, créer un instrument autonome sur la scène internationale et conserver les programmes nationaux conçus au Canada. Il est aussi possible que la solution retenue soit une combinaison de ces approches.

Le Comité loue les travaux du Réseau international sur la politique culturelle (RIPC), du Réseau international pour la diversité culturelle (RIDC), de la Coalition pour la diversité culturelle et d'autres intervenants visant à créer un nouvel instrument international sur la diversité culturelle. **Il estime que cet instrument devrait jouer un rôle déterminant dans la protection de la souveraineté culturelle du Canada. C'est pourquoi il appuie fermement et loue les efforts déployés par le gouvernement,**

l'industrie et les associations de création du Canada afin de promouvoir des mesures internationales garantissant la possibilité pour les gouvernements nationaux d'adopter et d'appliquer des politiques culturelles sans ingérence découlant d'accords commerciaux. En conséquence :

RECOMMANDATION 17.1 :

Le Comité recommande que le ministère des Affaires étrangères et du Commerce international maintienne la position du gouvernement fédéral qui vise à exclure la culture de toute négociation actuelle ou future concernant des accords commerciaux internationaux.

B. Coopération et coordination internationales en matière de réglementation de la radiodiffusion

Nonobstant l'assurance de la protection de notre souveraineté culturelle, le Comité signale que la scène internationale revêt une importance particulière pour la culture, notamment sur les plans de la coopération et de la coordination. Dans le contexte du système canadien de radiodiffusion, mentionnons à cet égard les ententes internationales de coproduction, l'établissement de normes techniques et les règles concernant l'investissement commercial.

Les préoccupations des entreprises en matière de radiodiffusion portent surtout sur la souplesse dans un environnement mondialisé. CanWest Global a dit au Comité croire que les entreprises canadiennes devraient pouvoir regarder au-delà de nos frontières et être présentes dans le régime de radiodiffusion à l'échelon international. Sur ce point en particulier, un représentant disait au Comité que l'« établissement et l'évolution d'entreprises médiatiques canadiennes capables d'être concurrentielles, à l'échelle internationale, devraient constituer un but explicite de la politique gouvernementale... [et] permettre de jouir d'une plus grande souplesse dans les périodes de changement rapide ». D'autres, par exemple BCE, sont en faveur d'un assouplissement des règles du commerce international, tant que les Canadiens peuvent en tirer des avantages importants. L'Association canadienne des radiodiffuseurs (ACR) est du même avis, ajoutant qu'il est nécessaire de revoir les incitatifs à

l'industrie et les associations de création du Canada afin de promouvoir des mesures internationales garantissant la possibilité pour les gouvernements nationaux d'adopter et d'appliquer des politiques culturelles sans ingérence découlant d'accords commerciaux. En conséquence :

RECOMMANDATION 17.1 :

Le Comité recommande que le ministère des Affaires étrangères et du Commerce international maintienne la position du gouvernement fédéral qui vise à exclure la culture de toute négociation actuelle ou future concernant des accords commerciaux internationaux.

B. Coopération et coordination internationales en matière de réglementation de la radiodiffusion

Nonobstant l'assurance de la protection de notre souveraineté culturelle, le Comité signale que la scène internationale revêt une importance particulière pour la culture, notamment sur les plans de la coopération et de la coordination. Dans le contexte du système canadien de radiodiffusion, mentionnons à cet égard les ententes internationales de coproduction, l'établissement de normes techniques et les règles concernant l'investissement commercial[20].

Les préoccupations des entreprises en matière de radiodiffusion portent surtout sur la souplesse dans un environnement mondialisé. CanWest Global a dit au Comité croire que les entreprises canadiennes devraient pouvoir regarder au-delà de nos frontières et être présentes dans le régime de radiodiffusion à l'échelon international. Sur ce point en particulier, un représentant disait au Comité que l'« établissement et l'évolution d'entreprises médiatiques canadiennes capables d'être concurrentielles, à l'échelle internationale, devraient constituer un but explicite de la politique gouvernementale... [et] permettre de jouir d'une plus grande souplesse dans les périodes de changement rapide[21] ». D'autres, par exemple BCE, sont en faveur d'un assouplissement des règles du commerce international, tant que les Canadiens peuvent en tirer des avantages importants[22]. L'Association canadienne des radiodiffuseurs (ACR) est du même avis, ajoutant qu'il est nécessaire de revoir les incitatifs à

l'investissement et les ententes internationales, particulièrement en ce qui a trait aux coproductions, au développement et à la promotion[23]. Pour AOL Time Warner, il n'est pas nécessaire de conclure de nouveaux accords internationaux pour appuyer les infrastructures protectionnistes, car les progrès technologiques autorisent une plus large diffusion de divers documents audiovisuels canadiens : « Internet et les pressions mondiales en général ne menacent pas l'identité canadienne mais, en fait, sont à l'origine de niveaux plus élevés et plus efficaces d'expression et de contenu canadiens[24] ».

Les préoccupations des créateurs et des groupes de la société civile contrastaient vivement avec celles du secteur privé. Pour eux, les promesses d'AOL Time Warner et d'autres intervenants ne sont pas particulièrement rassurantes. M. R.H. Thomson, qui a comparu avec l'ACTRA, a expliqué que son groupe ne s'opposait pas aux investissements étrangers et aux accords commerciaux à proprement parler, mais plutôt à l'effet antidémocratique de la délégation de pouvoirs à des organisations internationales ou à des propriétaires étrangers qui ne comprennent rien aux préoccupations culturelles du Canada. Un assouplissement des règles à suivre ne devrait pas être adopté avant d'avoir obtenu des garanties quant au maintien de la précieuse tradition canadienne d'intervention gouvernementale en faveur de l'intégrité culturelle. M. Thomson a déclaré ce qui suit :

> Les politiques publiques [du Canada] sont de plus en plus menacées du fait des restrictions figurant dans les accords commerciaux internationaux. Ces restrictions sont le résultat des politiques de libéralisation du commerce ...
>
> La conséquence politique de la libéralisation du commerce [...], c'est que les pouvoirs de mon gouvernement élu [...] sont diminués et que mon vote démocratique personnel perd de sa valeur.
>
> La conséquence pour [un] artiste, c'est que les mesures culturelles que les gouvernements canadiens qui se sont succédés ont mises en place au cours des deux dernières générations, mesures qui ont été en grande partie responsables des magnifiques succès obtenus au niveau de l'écriture, de l'édition, de la radiodiffusion, de la production de films et d'émissions de télévision ainsi que d'autres entreprises artistiques, sont considérées par les partisans de la libéralisation du commerce comme des barrières commerciales ou des subventions faussant le jeu du commerce[25].

En conséquence :

RECOMMANDATION 17.2 :

Le ministère du Patrimoine canadien devrait participer aussi activement que possible à toute discussion internationale sur la réglementation de la radiodiffusion.

Le Comité croit en outre que les intervenants de la société civile devraient participer à ce processus s'il y a lieu.

C. Diversité culturelle

Il est utile de signaler que le terme « diversité » a le même sens en anglais et en français. Le dictionnaire *Oxford* donne la définition suivante : « *Being diverse, unlikeness, different kind, variety* », le *Larousse* définit la diversité comme suit : « caractère de ce qui est divers, variété. Différence, opposition. » Etant donné que le sens profond dans les deux langues officielles concerne la différence et la variété, il n'est pas étonnant que les témoins qui ont comparu devant le Comité aient utilisé le terme « diversité » de nombreuses façons différentes dans leurs propos concernant le système canadien de radiodiffusion. Ces diverses perspectives peuvent donc être réparties en différentes catégories aux fins de la discussion : diversité des points de vue, diversité de la représentation et diversité des sources.

Ce que les témoins ont dit

Lorsque M. John Meisel, éminent universitaire et ancien président du CRTC, a pris la parole devant le Comité, il a insisté sur la nécessité pour notre système de radiodiffusion de présenter une diversité de points de vue et il a mentionné deux approches relatives à la diversité culturelle :

> La culture des arts au Canada et les cultures liées aux différents styles de vie. Même si l'alinéa 3(1)*d*) [de la *Loi sur la radiodiffusion*] ne les englobe pas de façon explicite, il ne fait aucun doute qu'il insiste pour que la radiodiffusion en tienne compte.
>
> La culture des arts, où j'inclus la culture tant élitiste que populaire, est extrêmement variée au Canada, mais elle est traitée de façon très

En conséquence :

RECOMMANDATION 17.2 :

Le ministère du Patrimoine canadien devrait participer aussi activement que possible à toute discussion internationale sur la réglementation de la radiodiffusion.

Le Comité croit en outre que les intervenants de la société civile devraient participer à ce processus s'il y a lieu.

C. Diversité culturelle

Il est utile de signaler que le terme « diversité » a le même sens en anglais et en français. Le dictionnaire *Oxford* donne la définition suivante : « *Being diverse, unlikeness ; different kind, variety* » ; le *Larousse* définit la diversité comme suit : « caractère de ce qui est divers, variété. Différence, opposition ». Étant donné que le sens profond dans les deux langues officielles concerne la différence et la variété, il n'est pas étonnant que les témoins qui ont comparu devant le Comité aient utilisé le terme « diversité » de nombreuses façons différentes dans leurs propos concernant le système canadien de radiodiffusion. Ces diverses perspectives peuvent donc être réparties en différentes catégories aux fins de la discussion : diversité des points de vue, diversité de la représentation et diversité des sources.

Ce que les témoins ont dit

Lorsque M. John Meisel, éminent universitaire et ancien président du CRTC, a pris la parole devant le Comité, il a insisté sur la nécessité pour notre système de radiodiffusion de présenter une diversité de points de vue et il a mentionné deux approches relatives à la diversité culturelle :

> La culture des arts au Canada et les cultures liées aux différents styles de vie. Même si l'alinéa 3(1)*d*) [de la *Loi sur la radiodiffusion*] ne les englobe pas de façon explicite, il ne fait aucun doute qu'il insiste pour que la radiodiffusion en tienne compte.
>
> La culture des arts, où j'inclus la culture tant élitiste que populaire, est extrêmement variée au Canada, mais elle est traitée de façon très

> inégale à la radio et à la télévision. Certains genres bénéficient d'une couverture et d'une attention exhaustives, alors que d'autres sont à peu près invisibles et inaudibles. La diversité, ou la divergence si vous préférez, est horriblement négligée, et elle ne devrait pas l'être. Il n'existe pas de MusiquePlus pour les menuets.
>
> Par la culture du style de vie, j'entends l'ensemble des valeurs et des comportements de toutes sortes de groupes liés par leurs activités professionnelles, leurs efforts à l'échelle locale, leurs loisirs et d'autres liens qui font que ces groupes ont des expériences communes et ont souvent un sentiment d'appartenance. On parle par exemple de la culture des affaires, de la culture sportive, de la culture universitaire et de la culture des entreprises. Il est frappant de constater comme le monde de la radiodiffusion accorde énormément de temps à certaines de ces cultures, la sportive par exemple, et qu'il n'accorde presque pas de temps à d'autres. On n'a qu'à voir comme les questions de religion sont importantes pour un grand nombre de Canadiens et comme elles retiennent peu l'attention du monde de la radiodiffusion. Peut-on dire que la couverture des multiples questions de spiritualité s'approche le moindrement, sur le plan de l'efficacité, de celle du sexe ou de la consommation d'automobiles ou d'aliments vides[52]?

D'autres témoins ont développé cette définition. Par exemple, M. Will Straw, professeur de l'Université McGill, a déclaré qu'une augmentation du nombre de sources d'émissions différentes favoriserait la diversité des points de vue :

> À mon avis, la diversité, cela ne consiste pas pour nous à réaliser des émissions télévisuelles où toutes les voix sont représentées, mais il s'agirait plutôt d'accueillir au Canada une palette beaucoup plus large de sources d'émissions[53].

Abondant dans le même sens, Mme Deanie Kolybabi, Aboriginal Peoples Television Network, a déclaré au Comité :

> Je suis d'accord pour dire que la diversité culturelle est en grande partie représentative de pratiques et croyances diverses qui émanent de l'expérience humaine au niveau du patrimoine, de l'âge, du sexe, de la spiritualité—au fond, de nos origines[54].

Lors de sa comparution devant le Comité, M. Matthew Fraser, professeur de l'Université Ryerson, a fait remarquer qu'il importe de reconnaître les

différences générationnelles qui façonnent nos points de vue sur la culture et la diversité. Il a expliqué ce qui suit :

> En ce qui concerne la diversité en général, j'inviterais les membres du comité à venir à Ryerson, où j'enseigne, pour parler à mes étudiants, qui ont 18, 19, 20, 21 et 22 ans, et leur demander quels médias ils consomment. Le débat actuel est ni plus ni moins à mon avis un débat générationnel, et à 44 ans, je m'inclus dans la génération des plus vieux. Le plus souvent, les élites d'aujourd'hui sont aussi de cette génération, ou d'une génération encore plus vieille[3].

Enfin, la plupart des témoins qui ont comparu devant le Comité dans le cadre des audiences sur la propriété étrangère et croisée des médias ont également mentionné l'importance d'avoir une diversité de propriétaires pour assurer une diversité de points de vue au sein du système canadien de radiodiffusion. Le chapitre 11 donne des précisions sur cette question.

En plus de souligner l'importance d'avoir accès à une vaste gamme de points de vue, les témoins ont parlé de la nécessité d'avoir une représentation variée. Cette question s'apparente à celle du reflet régional et local au sein du système de radiodiffusion. Dans ce cas, toutefois, il faut déterminer si les émissions que produisent et regardent les Canadiens reflètent ou représentent divers groupes ethniques et raciaux. Le sous-alinéa 3(1)*d*)(iii) de la *Loi sur la radiodiffusion* porte que le système canadien de radiodiffusion devrait :

> ... par sa programmation et par les chances que son fonctionnement offre en matière d'emploi, répondre aux besoins et aux intérêts, et refléter la condition et les aspirations, des hommes, des femmes et des enfants canadiens, notamment l'égalité sur le plan des droits, la dualité linguistique et le caractère multiculturel et multiracial de la société canadienne ainsi que la place particulière qu'y occupent les peuples autochtones.

C'est donc dans l'esprit de cette exigence que plusieurs témoins ont soulevé la question de la représentation.

Les préoccupations relatives à la diversité de la représentation s'apparentaient à celles qu'avaient de nombreux témoins au sujet du reflet communautaire et local. Par exemple, les médias nous présentent-ils nos points de vue et une image de nous-mêmes? Y a-t-il des entrevues, des histoires et des articles qui sont réalisés par des personnes provenant de divers groupes et qui portent sur ces personnes?

Le professeur Karim Karim de l'Université Carleton est peut-être celui qui a expliqué le plus simplement le problème lorsqu'il a déclaré ce qui suit au Comité :

> Pour ce qui est de la diversité culturelle et de la signification qu'on peut lui donner, la façon dont j'envisage la chose dans ce contexte, c'est qu'au niveau de la radiodiffusion, nous en sommes peut-être arrivés à voir cette diversité comme la présence matérielle à la télévision ou à la radio de différents groupes qui vivent au Canada. Et ce n'est peut-être pas là la solution complète au problème selon le point de vue qui en a été donné dans la [*L*]*oi*. Pour commencer, dans toutes sortes d'émissions différentes, on semble trouver de façon prépondérante tel ou tel groupe ethnique. Dans la publicité par exemple, pour une raison qui m'échappe, on voit rarement des Latino-Américains, des Arabes ou des Asiatiques[7].

Ce qu'il voulait ainsi souligner, c'est le fait que nous voyons « rarement » certains groupes ou genres de personnes.

Mme Deanie Kolybabi a signalé la portée de cette réalité pour l'APTN : « Dans le cas de l'APTN, c'est tout un défi, puisque nous avons quelque 58 différentes cultures à qui nous nous adressons, même s'il s'agit de notre propre culture, notre culture autochtone[8] ».

Adoptant un autre point de vue, Mme Rebecca Sullivan, professeur de l'Université de Calgary, a déclaré ce qui suit au Comité :

> Je voudrais aller un petit peu plus loin dans cette notion de diversité culturelle pour évoquer des choses comme la religion, comme le signalait John Meisel, la sexualité et l'affinité sexuelle, ainsi que les classes et l'économie. Lorsque nous parlons de diversité et que nous y intégrons cette notion de culture, nous avons tendance à esquiver certains des problèmes pourtant bien réels d'inégalités sociale, politique et économique, problèmes pas uniquement dus à la façon dont ces différentes cultures sont représentées, mais plutôt à la possibilité pour ces groupes d'avoir leur juste part des ondes[9].

Pour illustrer son propos, elle a parlé de la façon dont le service spécialisé PrideVision a d'abord été offert aux abonnés du câble de Calgary :

> Au moment de la conversion au numérique, PrideVision n'a pas reçu le même accès que toutes les autres stations, et s'il n'a pas reçu le même accès que les autres stations, c'était prétendument pour des

> raisons de normes communautaires. En d'autres termes disait Shaw, nous ne répondons qu'aux besoins culturels de notre auditoire. Si un téléspectateur voulait avoir PrideVision dans son abonnement de base, il devait téléphoner [...] Il fallait donc sans cesse demander ce service, alors que toutes les autres stations étaient considérées comme bien canadiennes en ce sens qu'elles n'offensaient pas les normes communautaires. Eh bien, que nous le voulions ou non, ce genre de traitement est basé sur un préjugé[1].

Mme Cynthia Reyes, vice-présidente, ProMedia International Inc., a également traité de l'importance de respecter les besoins culturels de l'auditoire. Elle a mentionné au Comité que, lorsque son entreprise a interrogé plus de 300 Canadiens au sujet des médias canadiens, de nombreux interlocuteurs :

> ... dont un bon nombre venaient de minorités culturelles, [ont déclaré se sentir] isolés des grands médias. Quelle qu'en soit leur origine, ils se sentaient tous totalement exclus des grands médias. Ils ont l'impression d'être d'un côté et les médias de l'autre, sans que le courant passe[2].

Par contre, elle a ajouté ce qui suit :

> Il faut cependant reconnaître, lorsqu'on examine les émissions d'actualité diffusées aujourd'hui au pays, que les choses commencent à bouger. Nous ne savons pas dans quelle mesure cette situation s'explique par les nouvelles conditions appliquées au renouvellement des licences par le CRTC ou si c'est parce que les gens se rendent mieux compte des possibilités qui s'offrent à eux. Il se passe cependant quelque chose, nous tenons à le signaler[3].

Pour sa part, M. Hamlin Grange, président, ProMedia International Inc., a ajouté ce qui suit :

> Il y a un besoin fondamental de recherches et d'information en matière de politiques publiques permettant de refléter pleinement la diversité culturelle et sociale dans le monde de la radiodiffusion. Il faut par exemple pouvoir disposer de données nouvelles et exactes, tant sur le plan qualitatif que quantitatif, sur l'utilisation des médias par les groupes ethniques[4].

Enfin, certains témoins ont laissé entendre que le fait d'avoir un grand nombre de sources différentes de produits culturels (p. ex., films et

émissions de télévision) assurait en partie la diversité culturelle. M. Will Straw a bien exprimé ce point de vue particulier :

> La diversité est devenue à mon avis quelque chose de très intéressant. Ce n'est pas simplement une question de diversité de choix, c'est plutôt une question de diversité de source.
>
> Je dirais d'ailleurs que la production américaine et ses auditoires sont de plus en plus fragmentés. Le pôle a disparu. Les enfants qui vont à l'école ne parlent plus de la même émission qu'ils ont regardée la veille parce qu'ils regardent tous des émissions différentes. Les gens qui nous arrivent d'autres pays apportent avec eux leurs vieux films, leur musique et ainsi de suite. Plus nous permettons à tous ces éléments culturels de pénétrer chez nous, plus nous faciliterons la création d'une nouvelle version de la culture canadienne qui sera davantage planétaire mais qui sera aussi de moins en moins américaine.
>
> Je pense que c'est un genre de compromis. Il est impossible de recentrer davantage la culture canadienne en espérant que tout le monde va regarder *Les filles de Caleb* ou que sais-je encore, mais nous pouvons néanmoins rendre très différente de la culture américaine cette variété très riche de la culture canadienne, et c'est cela qui sera notre force. Je pense que c'est également cela qui fera du Canada un endroit extrêmement intéressant[7].

Autrement dit, le Canada se trouve dans une situation particulière. Selon M. Straw, en ouvrant nos portes à une vaste gamme de sources, nous n'affaiblirions pas la diversité culturelle, mais la renforcerions. Et notre culture en serait plus riche — elle serait plus réceptive au monde et moins attirée par la programmation américaine.

Solutions possibles

Dans l'ensemble, les témoins avaient des avis partagés quant à ce qu'il faudrait faire pour encourager le système canadien de radiodiffusion à refléter et à représenter les Canadiens, plus particulièrement compte tenu de la grande variété de types et de groupes de personnes au Canada. Plusieurs témoins à qui on a demandé directement dans quelle mesure le système canadien de radiodiffusion avait « renforcé la structure culturelle, politique, sociale et économique du Canada » ont rapidement laissé entendre que c'était une réussite. Par exemple, M. John Meisel a déclaré ce qui suit au Comité :

> Je crois que la *Loi sur la radiodiffusion* a connu un très grand succès. J'essaie d'imaginer à quoi le Canada ressemblerait sans cette loi. Sans cette loi, notre industrie serait une réplique parfaite de l'industrie américaine, sans plus. Donc je crois qu'en ce sens, la loi a donné de très bons résultats.
>
> Il subsiste certaines lacunes, mais on note avec intérêt ici que ces lacunes sont largement causées par le fait que le système de radiodiffusion représente trop bien la communauté canadienne. Ce qui manque dans le système de radiodiffusion, ce sont aussi les éléments qu'on oublie ailleurs au pays[39].

De même, M. Karim Karim a déclaré au Comité :

> ... dans l'ensemble, la loi semble donner les résultats escomptés. Je constate qu'il y a une diversité remarquable dans ce qu'offre notre univers à 200 canaux. J'ignore le nombre des autres pays qui offrent cette diversité.

Mme Rebecca Sullivan a exprimé sensiblement la même opinion lorsqu'elle a déclaré :

> Nous avons toujours partagé cette angoisse collective constante au sujet de la radiodiffusion canadienne, mais je trouve que le Canada est bien loin de faire piètre figure. [...] Nous diffusons les émissions les plus ouvertes et les plus diversifiées au monde[40].

Par contre, de nombreux témoins ont signalé un certain nombre de problèmes différents, mais connexes, concernant les approches actuelles et éventuelles à l'égard de la diversité et de la propriété. C'est ce qui a incité M. Kirk Lapointe à dire au Comité qu'il aurait du mal à trouver une solution universelle. Il a donné l'explication suivante :

> ... il est très difficile de relever le défi de la diversité. On n'y arrive pas en un temps deux mouvements. Il ne s'agit pas de fixer des objectifs quantitatifs, d'adopter certaines méthodes de recrutement et de promotion et de suivre les progrès obtenus. C'est un processus quotidien, méthodique et lent, auquel tous les membres de l'organisation doivent participer sans y être forcés, pour créer un média plus perfectionné[41].

D'autres témoins ont convenu qu'une approche simple ne fonctionnera vraisemblablement pas. M. Bart Beaty, professeur de l'Université de Calgary, a déclaré ce qui suit au Comité :

> L'un des problèmes que pose la diversité culturelle, c'est que nous avions jadis tendance à penser qu'il est possible de faire en sorte que les chaînes réservées par le CRTC aux voix minoritaires... qu'il est possible d'en faire une solution parfaite. Nous pensions pouvoir faire de cette chaîne un médium s'adressant de façon parfaite à une composante bien délimitée de la population canadienne, un médium qui donnerait à cette population l'image exacte de ce qu'elle veut voir à la télévision et de la façon dont elle veut être entendue. Mais je ne pense pas que ce soit vrai[41].

Même si certains témoins étaient d'accord avec l'idée d'une plus grande diversité de sources, au moins deux témoins ont signalé qu'il y aurait des problèmes importants si l'ensemble du système de radiodiffusion avait comme but ultime la diversité sans porter attention à d'autres questions. Par exemple, Mme Deanie Kolybabi a déclaré au Comité :

> Si en fait nous allons envisager une programmation culturellement diverse, nous devons au départ, je crois, nous interroger sur les instruments de mesure qu'on utilise pour juger ces programmes, ces initiatives et même ces réseaux[42].

Elle a poursuivi en faisant remarquer que les fonds d'appui aux émissions (p. ex., Téléfilm et le FCT) « accordent une grande importance aux cotes Nielsen et BBM[43] » et que, ces cotes n'évaluant pas véritablement les auditoires autochtones, l'APTN s'en trouve défavorisé lorsqu'il présente une demande de financement. Elle a terminé en disant :

> Quand on adhère à la diversité, il faut bien prendre garde que nos attentes ne soient pas exagérées, ce qui ferait du tort au modèle d'entreprise dont ces émissions et ces réseaux ont besoin pour survivre[44].

Le modèle d'entreprise était aussi présent à l'esprit d'un autre témoin, M. Kirk Lapointe, lorsqu'il a répondu à la question d'un membre du Comité concernant la viabilité financière de l'industrie au cours des cinq ou dix prochaines années. M. Lapointe a déclaré :

> Je sais que c'est un équilibre délicat qu'il faut maintenir, qu'il ne suffit pas de laisser entrer au pays toute la programmation qui n'est pas assortie des mêmes conditions que celles que nous imposons aux entreprises de radiodiffusion canadiennes.

> Une telle approche serait désastreuse. Cela servirait peut-être minimalement les intérêts des consommateurs, mais nous mènerait progressivement vers une perte de qualité, laquelle est déjà mise à mal, dans la programmation canadienne. Il en résultera tout simplement que les ressources affectées aujourd'hui ne seront plus disponibles dans les années à venir. L'équation est très simple.
>
> Je ne comprends pas pourquoi on raisonne de façon circulaire à ce sujet. Il me semble que l'on perd de vue l'essentiel, à savoir, l'état de la radiodiffusion au sens traditionnel dans notre pays à l'heure actuelle, et les défis qui vont se poser au cours des cinq ou dix prochaines années. Si nous permettons que l'industrie soit menacée davantage, nous mettrons en péril le peu de programmation proprement nationale qui nous reste[45].

M. Bart Beaty a également présenté plusieurs observations qui vont dans le sens des préoccupations de M. Lapointe quant à la capacité du système de radiodiffusion de continuer à offrir des émissions canadiennes autochtones. Il a expliqué ce qui suit :

> [...] la technologie va évoluer assez rapidement. Par exemple, on commence à constater l'arrivée sur le marché de magnétoscopes numériques [...] Ils permettent aux auditeurs de choisir des émissions plutôt que des canaux. Dans dix ans, les émissions auront beaucoup plus d'importance que les canaux. [...]
>
> Si nous voulons que l'industrie soit viable à l'avenir pour offrir du contenu canadien, il faudra offrir les subsides qui existent déjà et les étoffer encore, les donner à ceux qui travaillent à ces émissions plutôt qu'aux canaux[46].

Bref, le Comité a entendu des témoins qui ont présenté des arguments probants concernant la réussite de la politique canadienne de radiodiffusion et de l'approche à l'égard de la diversité, mais il a aussi entendu des témoignages concluants au sujet de la nécessité de veiller à ce que les attentes de la politique — énoncée dans la *Loi sur la radiodiffusion* — soient remplies.

Le sous-alinéa 3(1)*d*)(iii) de la *Loi* prévoit notamment que « le système canadien de radiodiffusion devrait, [...] par sa programmation *et par les chances que son fonctionnement offre en matière d'emploi* (l'italique est de nous), répondre aux besoins et aux intérêts et refléter, [entre autres choses], le caractère multiculturel et multiracial de la société canadienne ». Des

témoins ont laissé entendre que cela ne correspond pas nécessairement à la réalité. Par exemple, Mme Cynthia Reyes a déclaré au Comité :

> Des professionnels indépendants, ceux qui ne travaillent pas à l'intérieur des médias et qui s'efforcent de faire passer leurs idées ou de passer eux-mêmes dans les médias [...] nous ont dit qu'il y avait une culture et une langue dominante ainsi qu'un réseau d'opérateurs à l'intérieur des médias qui les maintenaient à l'écart parce qu'ils n'en faisaient pas partie. Ils nous ont dit que ce n'est pas à l'intérieur des grandes organisations qu'ils obtenaient leurs qualifications mais que, même lorsqu'ils devenaient des professionnels chevronnés ayant une solide qualification et une grande expérience, on ne leur offrait que des postes de stagiaire ou de débutant. On ne prenait pas en compte leur candidature à des postes supérieurs ou même intermédiaires dans les grandes organisations des médias[47].

Le Comité fait remarquer que la *Loi sur la radiodiffusion* contient également une gamme de dispositions stratégiques visant à accroître la diversité du système canadien de radiodiffusion et qu'il a entendu des témoignages probants concernant l'importance d'assurer le respect de ces dispositions. Un grand nombre des recommandations du présent rapport portent sur différentes mesures pour assurer la diversité. Par exemple, celles qui visent à donner à un contrôleur de la radiodiffusion canadienne (chapitre 19) le mandat d'examiner la situation générale du système de radiodiffusion, à demander au CRTC de réexaminer où se situent les radiodiffuseurs publics tels que l'APTN et Vision TV dans les listes de services de la câblodistribution et de la distribution par satellite (chapitre 7) et à créer un Programme de radiodiffusion locale (chapitre 9) qui favoriserait les initiatives locales pourraient toutes encourager une plus grande diversité au sein du système. Le Comité recommande également, au chapitre 18, que la nomination des membres du CRTC et du conseil d'administration de la SRC reflète une plus grande variété de points de vue et d'expériences, tandis qu'au chapitre 16, il propose que les entreprises de distribution de radiodiffusion du Canada soient autorisées à offrir plus de canaux qui intéresseraient les populations multiraciales et multiculturelles du pays.

Le Comité voudrait toutefois ajouter au contenu de ces recommandations en demandant un financement accru pour faire en sorte que les dispositions de la *Loi sur la radiodiffusion* concernant la diversité puissent être respectées. En effet, le Comité estime qu'il est essentiel que des mesures soient prises pour que la diversité demeure un principe fondamental du

système canadien de radiodiffusion et de sa programmation. Par conséquent :

RECOMMANDATION 17.3 :

Le Comité est en faveur d'une augmentation du financement accordé aux initiatives visant à accroître la diversité de la radiodiffusion canadienne. Le CRTC, la SRC et le Fonds canadien de télévision devraient rechercher des moyens pour faire en sorte que leurs politiques et leurs procédures reflètent la nécessité d'accroître la diversité.

Notes en fin de chapitre

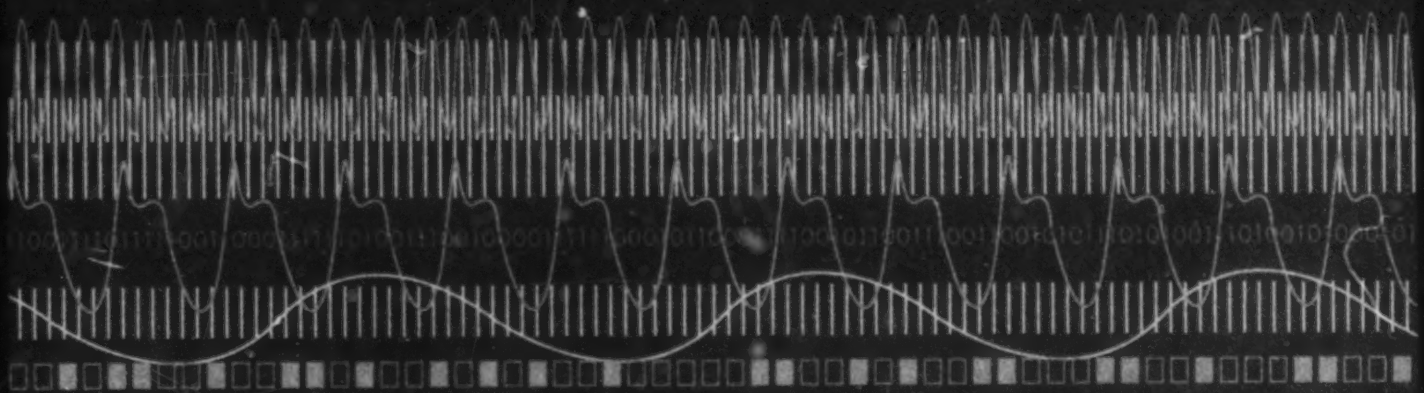
1 Dans le cadre de son étude sur le système canadien de radiodiffusion, le Comité a tenu une série de réunions d'experts sur la diversité culturelle à l'automne 2002. Pour en savoir plus sur le mandat de ces groupes d'experts, voir l'annexe 15.
2 La décision finale, après appel, a été rendue en 1999.
3 Conférence canadienne des arts. Mémoire, p. 12.
4 Pierre Curzi (président, Union des artistes). Séance du Comité permanent du patrimoine canadien, 16 avril 2002.
5 AOL Time Warner Inc. Mémoire, p. 15.
6 Association canadienne des distributeurs de films. Mémoire, p. 7.
7 Réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, 21 mai 2002.
8 Voir l'avis public CRTC 1994-61.
9 Canadian Independent Record Production Association. Mémoire, p. 3.
10 Alliance of Canadian Cinema, Television and Radio Artists. Mémoire, p. 4.
11 Fédération nationale des communications. Mémoire, p. 23.
12 Paul Spurgeon (vice-président, Services juridiques et chef du contentieux, Société canadienne des auteurs, compositeurs et éditeurs de musique). Séance du Comité permanent du patrimoine canadien, 21 mai 2002.
13 Société Radio-Canada. Mémoire, p. 60.
14 Réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, 8 novembre 2001.
15 Conclusions du président. http://206.191.7.19.
16 Pour en savoir plus, consulter le site www.incp-ripc.org.
17 C'était là une option clé recommandée par l'Équipe spéciale chargée des recherches politiques sur les questions de régie du RIPC. L'UNESCO semblerait être l'agence repère « naturelle » où pourrait reposer cet instrument à moyen ou à long terme. L'Équipe estimait qu'il était trop difficile de l'intégrer à l'OMC et l'éventualité d'une entente autonome posait un risque, en raison d'un manque de fonds et surtout, de la « masse critique insuffisante » des pays signataires. Voir http://206.191.7.19. On trouvera également la version provisoire d'une convention/instrument international sur la diversité culturelle à l'adresse http://206.191.7.19.
18 Déclaration de Beyrouth, IXe Conférence des chefs d'État et de gouvernement des pays ayant le français en partage, 20 octobre 2002.
19 *Ibid.*
20 La question des coproductions est traitée aux chapitres 5 et 8 et celle de l'investissement étranger, analysée au chapitre 11.
21 Leonard Asper (président et directeur général, CanWest Global Communications Corp.) Réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, 1er mars 2002.
22 Réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, 7 mai 2002.
23 Réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, 21 mars 2002.

24 AOL, Mémoire, p. 11.
25 Réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, 9 mai 2002.
26 Réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, 21 novembre 2002.
27 *Ibid.*
28 Deanie Kolybabi (directrice, Développement stratégique et marketing, Aboriginal Peoples Television Network), Réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, 21 novembre 2002.
29 Réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, 26 novembre 2002.
30 Réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, 21 novembre 2002.
31 *Ibid.*
32 *Ibid.*
33 *Ibid.*
34 Réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, 9 mai 2002.
35 *Ibid.*
36 *Ibid.*
37 Réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, 21 novembre 2002.
38 *Ibid.*
39 *Ibid.*
40 *Ibid.*
41 *Ibid.*
42 *Ibid.*
43 *Ibid.*
44 *Ibid.*
45 *Ibid.*
46 *Ibid.*
47 Réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, 9 mai 2002.

Partie 4

ORIENTATION DU SYSTÈME

Chapitre 18 : Nominations et conflits d'intérêts
Chapitre 19 : Gouvernance et imputabilité
Chapitre 20 : Conclusion



ORIENTATION DU SYSTÈME

Chapitre 18

Nominations et conflits d'intérêts

Ce chapitre traite de deux questions concernant l'organisation du système canadien de radiodiffusion : les nominations aux conseils et les conflits d'intérêts. L'idée que les nominations des membres du CRTC et du conseil d'administration de la SRC devraient être repensées y est examinée. Viennent s'ajouter des recommandations sur les rapports entre le CRTC et les industries qu'il réglemente.

A. Contexte

Afin de mieux réagir à la complexité croissante des processus législatifs, administratifs, réglementaires, d'élaboration de politiques et de prise de décisions, le Parlement a confié quelques-uns de ses rôles à des organismes spécialisés. Ces conseils, organismes, tribunaux et commissions sont composés de personnes qui détiennent des connaissances spécialisées dans un domaine particulier.

La théorie justifiant la création de ces organismes spécialisés pose en principe que, en raison de leurs connaissances particulières, ces personnes sont plus aptes à résoudre les problèmes qui pourraient surgir dans leur domaine. « Par exemple, le CRTC est mieux en mesure que le Parlement de composer avec les questions techniques caractérisant les demandes qui lui sont présentées, et dispose de plus de temps pour y répondre[1] [*Traduction*]. »

L'exercice d'une plus grande autonomie face aux instances et aux directives politiques que celle allouée aux ministères constitue un autre motif justifiant la création de ces organismes. L'argument sous-jacent à cette autonomie est que « pour assurer leur efficacité, certaines fonctions du gouvernement doivent être protégées de l'intervention constante des politiciens[2] [*Traduction*] ». Ainsi :

> On s'est aperçu au Canada que [...] certains secteurs, tels ceux des transports, des télécommunications et de la distribution de l'électricité, étaient trop importants pour laisser agir uniquement les

> forces du marché. Ces secteurs faisaient souvent l'objet de monopoles ou d'oligopoles affaiblissant les autres forces concurrentielles et servant mal l'intérêt commun sans intervention du gouvernement. Des décisions ont donc été prises [...] pour contrôler l'activité économique dans des secteurs clés par la mise sur pied d'organismes réglementaires indépendants'. [*Traduction*]

Habituellement, en plus de conférer un pouvoir d'agir, le Parlement donne aussi à l'organisme l'autorité d'édicter des lois, des textes d'application et des règlements, et d'autres pouvoirs utiles dans l'exercice de ses fonctions. Avec le pouvoir d'exercer ces fonctions, l'autonomie ne doit pas être perçue comme une protection évitant d'avoir à rendre des comptes. De fait, l'attribution de l'autonomie comporte la responsabilité de transparence et de pleine reddition de comptes.

Bien que ces organismes spécialisés jouissent d'une certaine autonomie face au gouvernement et échappent à toute intervention politique, il faut garder à l'esprit qu'ils doivent leur création à une loi et que leur mandat, voire leur existence même, peut être aboli par le corps législatif qui les a mis sur pied.

Conseils d'administration

En règle générale, chaque organisme spécialisé est géré par un conseil d'administration. C'est à celui-ci, en tant que principal corps décisionnel de l'organisme, que revient la fonction d'établir des politiques.

Les textes législatifs qui établissent ou régissent un conseil ou un organisme comportent habituellement des dispositions relativement à la nomination des administrateurs. La plupart du temps, ces dispositions ne présentent que des renseignements généraux, comme le nombre d'administrateurs, la durée de leur mandat, leurs fonctions et leur classification. Ainsi, la *Loi sur le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes* contient des dispositions concernant la création et la constitution de l'organisme ainsi que le mode de nomination des administrateurs du paragraphe 3(1) au paragraphe 5(2). Ces dispositions ne sont pas très détaillées :

> 3. (1) Est constitué le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes, composé d'au plus treize

membres à temps plein et six membres à temps partiel, nommés par le gouverneur en conseil.

(2) La durée maximale du mandat est de cinq ans pour tous les conseillers. Ceux-ci occupent leur poste à titre inamovible, sous réserve de révocation motivée de la part du gouverneur en conseil.

(3) Sous réserve de l'article 5, le mandat des conseillers est renouvelable.

L.R. (1985), ch. C-22, art. 3; 1991, ch. 11, art. 76.

4. Les conseillers à temps plein se consacrent exclusivement à l'exécution des fonctions qui leur sont conférées par la présente loi.

1974-75-76, ch. 49, art. 4.

5. (1) Nul ne peut être nommé conseiller ni continuer à occuper cette charge s'il n'est pas un citoyen canadien résidant habituellement au Canada ou si, directement ou indirectement, en qualité notamment de propriétaire, d'actionnaire, d'administrateur, de dirigeant ou d'associé :

(*a*) il participe à une entreprise de télécommunications;

(*b*) il possède un intérêt pécuniaire ou un droit de propriété dans :

(i) une entreprise de télécommunications,

(ii) la fabrication d'appareils de télécommunications ou leur distribution, sauf si celle-ci ne constitue qu'un élément accessoire dans le commerce de gros ou de détail de marchandises en tous genres.

(2) Les conseillers sont tenus de se départir entièrement, dans les trois mois qui suivent leur transmission, des droits ou intérêts interdits par le paragraphe (1) qui leur sont dévolus, à titre personnel, par testament ou succession.

De façon similaire, le mode de nomination, les fonctions et les responsabilités des administrateurs de la Société Radio-Canada sont établis dans la *Loi sur la radiodiffusion*, du paragraphe 36(2) à l'article 40 :

36. (2) Est constitué un conseil d'administration composé de douze administrateurs, dont son président et le président-directeur général, nommés par le gouverneur en conseil.

(3) Les administrateurs occupent leur poste, pour un mandat maximal de cinq ans, à titre inamovible, sous réserve de révocation motivée de la part du gouverneur en conseil.

(4) Sous réserve de l'article 38, les mandats du président du conseil et du président-directeur général peuvent être reconduits de même que celui des autres administrateurs. Ceux-ci ne peuvent toutefois recevoir, dans l'année qui suit deux mandats consécutifs, d'autre mandat que celui de président du conseil ou de président-directeur général.

(5) Par dérogation aux paragraphes (3) et (4) s'il n'est pas pourvu à leur succession, le mandat des administrateurs se prolonge jusqu'à la nomination de leur remplaçant.

37. Avant leur entrée en fonction, les administrateurs prêtent et souscrivent ou font, selon le cas, le serment ou l'affirmation solennelle suivants, devant le greffier du Conseil privé, au bureau duquel ils sont déposés :

Je, ..., jure (ou déclare) solennellement que j'exercerai de mon mieux, fidèlement, sincèrement et impartialement, les fonctions de ..... (*Ajouter, en cas de prestation de serment* : « Ainsi Dieu me soit en aide. »)

38. (1) Nul ne peut être nommé administrateur ni continuer à occuper cette charge s'il n'est pas un citoyen canadien résidant habituellement au Canada ou si, directement ou indirectement notamment en qualité de propriétaire, d'actionnaire, d'administrateur, de dirigeant ou d'associé :

(*a*) il participe à une entreprise de radiodiffusion;

(*b*) il possède un intérêt pécuniaire ou un droit de propriété dans celle-ci;

(*c*) il a pour principale activité la production ou la distribution de matériaux ou sujets d'émissions essentiellement destinés à être utilisés par celle-ci.

(2) Les administrateurs sont tenus de se départir entièrement, dans les trois mois suivant leur transmission, des droits ou intérêts incompatibles avec leur charge et dévolus, à titre personnel, par succession testamentaire ou autre.

39. Sous réserve des autres dispositions de la présente partie, le conseil d'administration est chargé de la gestion des activités de la Société.

40. La Société est responsable en dernier ressort devant le Parlement, par l'intermédiaire du ministre, de l'exercice de ses activités.

Les dispositions relatives à la nomination d'administrateurs au sein d'autres conseils et organismes culturels, tels les musées nationaux et le Centre national des arts, sont comparables et ne contiennent pas plus de précisions[4].

Le mode de nomination de la personne présidant tout conseil d'administration ou une commission varie en fonction de la loi habilitante. Ainsi, en vertu de la *Loi sur la radiodiffusion*, la personne présidant le conseil de la SRC est nommée par le gouverneur en conseil[5]. Pour sa part, la *Loi sur le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes* stipule que la personne présidant le CRTC est désignée par le gouverneur en conseil[6]. Les personnes présidant les conseils d'administration des musées nationaux sont nommées par le ministre responsable, sous l'approbation du gouverneur en conseil[7].

Gouverneur en conseil et décrets en conseil

Chaque disposition législative relative à la nomination d'administrateurs et de présidents de conseils stipule que toute nomination de ce type relève du gouverneur en conseil[8] ou du ministre approprié, sous l'approbation du gouverneur en conseil[9]. Le gouverneur en conseil est le gouverneur général agissant sous le conseil et le consentement du cabinet, c'est-à-dire le cabinet fédéral.

Les nominations du gouverneur en conseil sont établies par un décret en conseil. Un décret en conseil est une décision réglementaire rendue par le gouverneur en conseil et indiquant que le cabinet a adopté une position particulière. Une nomination par décret en conseil doit être déposée à la

Chambre des communes, et il se peut qu'un comité de celle-ci l'examine — sans la révoquer. Ainsi, le Comité permanent du patrimoine canadien pourrait examiner la nomination par décret en conseil d'un administrateur à la SRC ou au CRTC.

Le Bureau du Conseil privé offre de plus amples renseignements sur les conditions d'emploi des personnes nommées à temps plein par le gouverneur en conseil. L'information fournie ci-dessous est un peu plus détaillée que celle trouvée dans la loi habilitante :

> II. NOMINATION, GENRE DE NOMINATION ET QUESTIONS CONNEXES
>
> Le gouverneur en conseil, c'est-à-dire le gouverneur général, sur recommandation du Conseil privé de la Reine, représenté par le Cabinet, effectue les nominations au moyen d'un décret qui indique généralement le genre de nomination et la durée du mandat. Le traitement fixé au moment de la nomination peut être inclus à l'annexe jointe au décret de nomination ou encore à l'annexe d'un décret distinct visant un groupe particulier de postes dans un organisme. Le traitement d'une personne constitue un renseignement personnel et est protégé en vertu de la *Loi sur la protection des renseignements personnels*.
>
> Les nominations sont pour une période déterminée ou indéterminée, à titre « inamovible » ou à titre « amovible ». Le gouverneur en conseil peut, pour raisons valables, révoquer la nomination d'un titulaire nommé à titre inamovible. Le gouverneur en conseil peut, à sa discrétion, destituer de ses fonctions ou remplacer un titulaire nommé à titre amovible.
>
> Lorsque le décret précise la durée du mandat, la nomination prend fin à la date de la fin du mandat, à moins d'une disposition contraire prévue à la loi. Il est possible qu'un titulaire soit nommé de nouveau au même poste, mais, comme le gouverneur en conseil effectue les nominations selon son bon plaisir, la reconduction du mandat n'est pas automatique. Dans certains cas, les dispositions de la loi interdisent qu'un titulaire soit nommé de nouveau au même poste.
>
> Si la durée du mandat n'est pas précisée, le titulaire demeure en fonction jusqu'à ce qu'il démissionne, qu'il soit nommé à un autre poste, qu'il soit remplacé ou que sa nomination soit révoquée. La *Loi sur les relations de travail dans la fonction publique* (LRTFP), qui régit habituellement les relations employeur/employés dans la fonction

publique, ne s'applique pas à « une personne que le gouverneur en conseil, en vertu d'une loi du Parlement, nomme à un poste statutaire décrit dans cette loi ». Par conséquent, le titulaire n'est pas assujetti à une convention collective ou à l'arbitrage des griefs.

Lorsqu'une personne nommée par décret démissionne, la lettre de démission devrait être envoyée au premier dirigeant de l'organisme, au ministre responsable ou au greffier du Conseil privé, selon le cas[10].

Le Parlement peut-il modifier le processus?

Du fait qu'un décret en conseil est une décision réglementaire, on peut facilement le remplacer par un décret ultérieur. C'est la raison pour laquelle une nomination par décret en conseil ne dure pas nécessairement aussi longtemps que le prévoyait son mandat au départ. En fait, cette possibilité est précisément visée dans certaines lois habilitantes. Par exemple, la *Loi sur le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes* stipule que la personne nommée occupe un poste « sous réserve de révocation de la part du gouverneur en conseil[11] ».

De plus, en vertu de la doctrine britannique sur la souveraineté parlementaire à laquelle souscrit le Canada, le Parlement peut adopter ou résilier toute loi s'il le juge approprié, à la condition qu'il en ait la compétence constitutionnelle. Compte tenu de cette compétence, le Parlement a donc l'autorité d'édicter, d'abroger ou de modifier une loi en ce qui a trait à la nomination des administrateurs de sociétés et d'organismes culturels. En fait, comme les conseils et les commissions doivent eux-mêmes leur existence à des lois, leur structure, leur composition et leur existence peuvent faire l'objet de décisions du Parlement visant à les modifier.

B. Ce que les témoins ont dit

Le Comité permanent du patrimoine canadien de la Chambre des communes a entendu un certain nombre de témoins s'exprimer au sujet de la composition des conseils d'administration de sociétés et d'organismes culturels. M. Michael Wernick, sous-ministre adjoint du Développement culturel du ministère du Patrimoine canadien a donné le coup d'envoi aux

discussions en faisant cette déclaration concernant les membres des conseils d'administration de la SRC et du CRTC :

> C'est le gouvernement qui, de toute façon, choisit les membres du conseil d'administration de la SRC, qui sont chargés d'effectuer pour lui une certaine surveillance, c'est le gouvernement également qui choisit le PDG de la SRC et tous les membres du CRTC. Tous ces gens sont donc les mandataires du gouvernement, ceux qu'il a choisis pour surveiller le système[12].

Toutefois, de nombreux témoins se sont présentés devant le Comité pour faire part de leurs préoccupations relativement à cet aspect particulier du processus de nomination.

Plusieurs ont insisté sur la nécessité de se doter d'une méthode de nomination plus ouverte, transparente et objective. Par exemple, au sujet des nominations au CRTC, M. Arnold Amber, directeur de la Guilde des employés de journaux du Canada, a déclaré :

> Je crois qu'il est temps de mettre fin au processus en vertu duquel le gouverneur en conseil (le gouvernement) nomme un PDG à la tête de cette société, et de mettre fin à un mode de sélection des membres du CRTC assez nébuleux — en tout cas ce n'est certainement pas une méthode de sélection ouverte.
>
> Si l'on parle d'une industrie [...] qui représente des milliards de dollars, il faut que l'organe de réglementation, le CRTC, soit choisi de manière ouverte. Je vous recommande de lire notre mémoire. Nous discutons en profondeur de gouvernance, de la façon dont la gouvernance devrait s'appliquer au CRTC et de la façon dont les règles de gouvernance devraient être établies pour la CBC/Radio-Canada. La moindre des choses que nous devions faire pour nos concitoyens, c'est de leur dire que pour défendre leur culture et leur pays, ils doivent avoir un organe de réglementation choisi en vertu d'une méthode ouverte. Nous nous devons aussi de leur dire que dans ce pays, les personnes qui établissent et régissent la politique du radiodiffuseur public national seront choisies elles aussi suivant un processus ouvert[13].

Dans le même ordre d'idées, M. Ian Morrison, porte-parole de l'organisme FRIENDS of Canadian Broadcasting, a dit que les nominations au conseil d'administration de la SRC n'ont pas nécessairement à être faites « à partir du cabinet du premier ministre et sans aucune consultation[14] » :

> FRIENDS recommande que le Comité considère un processus de nomination indépendant pour les membres du conseil d'administration de la SRC, qui s'appuierait sur les avis de Canadiens éminents, par exemple des officiers et des compagnons de l'Ordre du Canada. Nous croyons qu'un tel processus pourrait se dérouler sous la supervision du Conseil privé.
>
> Outre la nomination d'administrateurs dotés des bonnes compétences, FRIENDS recommande que ce soit le conseil d'administration, et non le gouverneur en conseil, qui ait le pouvoir d'engager ou de congédier le président et directeur général, comme c'est le cas dans le secteur privé. Autrement, le gouverneur en conseil pourrait nommer le président sur la recommandation du conseil d'administration de la SRC[15].

M. Digby Peers a expliqué au Comité qu'il souhaiterait que la méthodologie de la procédure de nomination soit :

> ... réexaminée et qu'un nouvel ensemble de critères et de lignes directrices soit défini, de sorte que les candidats pressentis pour faire partie du conseil d'administration de la Société Radio-Canada puissent se regarder dans le miroir et dire : « Je sais ce qu'il faut pour bien diriger la Société Radio-Canada » —, parce que le conseil d'administration de la SRC nous déçoit presque toujours[16].

Une éventuelle difficulté de la présente méthode de nomination des administrateurs est la perception que leur allégeance pourrait être compromise :

> Étant donné que les administrateurs doivent leur allégeance au gouvernement, leur capacité de fonctionner de façon autonome est limitée. Cela signifie que même les administrateurs qui sont parfaitement compétents sont gênés dans leur travail et sujets à une perception de favoritisme. C'est-à-dire que les mêmes personnes, nommées d'une autre façon, pourraient faire une contribution beaucoup plus importante[17].

Plusieurs témoins ont expliqué qu'ils avaient l'impression que la SRC et le CRTC faisaient du favoritisme et que leurs conseils favorisaient les radiodiffuseurs et l'industrie de la radiodiffusion. Par exemple, M. Arthur Simmonds, représentant national du Syndicat canadien des communications, de l'énergie et du papier, a exprimé l'opinion que « le CRTC, sous sa forme actuelle aboutit à un échec complet, sauf aux yeux d'un très petit groupe de radiodiffuseurs[18] ». Il a ensuite déclaré :

> Il n'est pas nécessaire de réinventer la roue, mais je pense que nous devons examiner le fonctionnement du CRTC et voir s'il peut ou non [...] Autrement dit, nous pensons que le CRTC a une relation trop étroite avec les radiodiffuseurs[19].

Une autre opinion avançait que la participation au conseil était trop étroitement liée au parti au pouvoir :

> Actuellement, indépendamment des commentaires de mon collègue et ami, la procédure est bien une procédure fermée. Bien entendu, les membres du caucus libéral sont invités à donner leur avis et sans doute ces conseils recevront-ils l'attention qu'ils méritent « là-haut », mais examinons plutôt les résultats immédiats. En fait, pour viser un autre parti politique, un parti avec lequel vous vous êtes récemment affilié, il y a douze ans, le conseil d'administration de la SRC, à un moment donné, était entièrement composé de personnes appartenant au Parti progressiste-conservateur. Ce n'est pas le cas aujourd'hui. D'après notre recherche, le conseil d'administration de la SRC est complètement affilié au Parti libéral du Canada. Mais, pour plusieurs raisons, cela ne correspond pas à l'intérêt du public. L'une de ces raisons est que nous souhaitons que le radiodiffuseur public se tienne à distance du gouvernement, et, si les partisans du parti au pouvoir sont les seules personnes qui participent à ces conseils, il relègue à l'administration la tâche de défendre les intérêts des journalistes et des personnes créatives.
>
> Je tiens à signaler que ce n'est pas quelque chose que l'organisme *Friends of Canadian Broadcasting* a inventé et commence à adopter. J'aimerais vous citer une recommandation élaborée par Pierre Juneau, Peter Herrndorf et le professeur Catherine Murray, du comité de révision du mandat de 1996, qui fournissent beaucoup d'excellents conseils sur la façon de réformer la procédure de nomination. Au sujet de la SRC, ils ont remarqué :
>
> « Enfin, nous estimons que les administrateurs ayant une expérience significative en politique peuvent offrir des avantages significatifs. Toutefois, nous voulons insister sur le fait que l'intégrité du conseil et l'autonomie de la Société seraient revalorisés si les administrateurs ayant des appartenances politiques connues représentaient la totalité de l'éventail politique et non seulement le parti au pouvoir. Nous notons que ce modèle a été suivi par des gouvernements britanniques successifs et, à notre avis, a participé à préserver le prestige et l'autonomie de la BBC[20] ».

La Guilde canadienne des médias et la Guilde des employés de journaux du Canada sont également d'avis que le conseil d'administration de la SRC a une allégeance politique. Dans leurs observations écrites présentées au Comité, elles affirment :

> La plupart des administrateurs du conseil de la SRC, comme d'autres personnes nommées par des sociétés d'État, ont été tirés des rangs de ceux qui ont une affiliation politique avec le gouvernement. Ils ont parfois les connaissances spécialisées nécessaires. Mais ce n'est pas d'habitude le cas[21].

Un autre témoin a suggéré que les organismes de réglementation de la radiodiffusion bénéficieraient d'une participation plus variée :

> Nous demandons au Comité d'établir des lignes directrices qui dirigeront les industries de la radiodiffusion et de la câblodistribution vers des conseils d'administration, des décideurs supérieurs et des conseils consultatifs qui reflètent la diversité culturelle de leur communauté locale[22].

Plusieurs témoins ont également fait des propositions en vue de modifier la procédure de nomination. Mme Megan Williams, directrice nationale de la Conférence canadienne des arts, a suggéré que le conseil d'administration de la SRC puisse examiner les candidatures et engager leur propre président[23]. Elle a proposé :

> Je souhaiterais apporter des modifications à la *Loi sur la radiodiffusion* de façon à ce que le conseil d'administration de la SRC soit en mesure de choisir son propre président. Nous estimons que le conseil est parfois compromis par le fait qu'il ne soit pas en mesure de choisir lui-même son président.
>
> Entendons-nous : la présidence et le président du conseil de la SRC sont déterminés par le Premier ministre. Mais je vous parle du président, et non de la présidence, et c'est pour cela que je crois que le radiodiffuseur public joue un rôle important et doit se tenir à distance du gouvernement. Les personnes nommées par le conseil sont toujours des personnes très prestigieuses qui ont beaucoup de connaissances et, si j'étais membre de ce conseil, je voudrais participer au choix du président qui conviendrait à notre conseil.
>
> Ce conseil est tout aussi apte de trouver un président compétent que l'est le Cabinet du Premier ministre, et serait moins gêné par les programmes politiques en le faisant. Je crois qu'il serait vraiment

> essentiel que notre radiodiffuseur public ait un président qui ne soit pas lié à un programme politique[24].

Une autre proposition était que les candidats au conseil d'administration de la SRC soient interviewés pour le poste par le Comité permanent du patrimoine canadien. Le Comité ferait ensuite suivre une liste des candidats au Cabinet, qui continuerait à se charger des nominations[25]. Mme Lise Lareau, présidente de la Guilde canadienne des médias, a comparu devant le Comité pour développer cette proposition :

> La *Loi* devrait stipuler que les candidats au conseil d'administration de la SRC soient ouvertement interviewés par vous-même, le Comité sur le patrimoine, et que le Comité transmette ensuite une liste des candidats au Cabinet. J'estime que c'est véritablement un compromis canadien si l'on fait une comparaison, par exemple, avec le modèle britannique, qui est encore plus public. Mais, l'essentiel est que le conseil d'administration aurait lui-même le pouvoir de choisir son président, un pouvoir qu'il ne détient pas actuellement[26].

Il est important de noter que l'Australie et le Royaume-Uni ont récemment revu leur méthode de nomination des directeurs du conseil d'administration de leurs sociétés de radiodiffusion publique. Aussi, leurs conclusions sont examinées ci-après.

C. Le processus de nomination en Australie

Bon nombre des questions soulevées devant le Comité permanent du patrimoine font écho à celles examinées dans une étude de 2001 sur le processus de nomination en Australie. Dans un rapport intitulé *Above Board? Methods of appointment to the ABC Board*, le comité sénatorial de l'environnement, des communications, des technologies de l'information et des arts écrit :

> Des mémoires remis au comité se dégage la nette impression que le public croit que le conseil est politisé et, à un moindre degré, que ses membres ne sont pas suffisamment représentatifs. D'après le président, cela mène à l'inévitable conclusion que le conseil n'est pas représentatif, ce qui ébranle la confiance du public et sape les efforts du conseil pour s'acquitter de ses obligations. Cela soulève

> également des questions sur la façon dont l'exécutif nomme les membres d'autres organismes et sur le rôle de surveillance que le Parlement devrait jouer à cet égard ... [*Traduction*]
>
> La grande majorité des mémoires reçus au cours de cette enquête indiquent que l'ABC s'est politisée, a perdu son indépendance et, partant, la confiance du public[27].

La méthode de nomination au conseil de l'Australian Broadcasting Corporation (ABC), énoncée dans l'*Australian Broadcasting Corporation Act (1983)*, ressemble assez à celle de la SRC. Le président, le vice-président et les administrateurs sont nommés par le gouverneur général, et le directeur général, par le conseil[28]. La loi prévoit l'élection d'un administrateur par le personnel, c'est-à-dire qu'un des sièges est réservé à un membre du personnel de l'ABC et élu par lui[29]. La nomination des autres administrateurs a fait l'objet de la recommandation suivante :

> ... que la méthode de nomination au conseil soit modifiée dans le sens des principes du mérite et de la transparence, afin de faire pièce à l'impression générale que les nominations au conseil de l'ABC sont partisanes et ne sont pas fondées sur le seul mérite[30]. [*Traduction*]

Le comité sénatorial australien chargé de cette enquête a retenu plusieurs principes fondamentaux sur lesquels devrait se baser le système des nominations :

- sélection par concours fondée sur le seul mérite;
- égalité des chances et représentation de la population australienne;
- ouverture et transparence;
- procédure et coûts raisonnables et proportionnés à la nature du poste[31].

Le rapport indique que la « transparence doit être considérée comme l'élément le plus important, de manière que le secret devienne l'exception plutôt que la règle[32] [*Traduction*] ». Le rapport recommande aussi, comme première étape du nouveau processus de sélection, l'élaboration de critères de sélection par un organisme indépendant[33].

Le rapport fait également des recommandations en vue de la création d'un bassin de candidats pour les postes du conseil :

> La formule des appels publics de candidatures aux postes du conseil recueille le plus large consensus. Cela ressemble au mode de dotation des postes publics, et c'est aussi un élément des règles Nolan [utilisées au Royaume-Uni pour les nominations aux organismes publics]. C'est la formule la plus transparente et la plus équitable : toute personne intéressée peut poser sa candidature, et les groupes peuvent aussi encourager les personnes compétentes à faire de même.
>
> Le président souscrit à cette formule et la recommande en conséquence[79]. [*Traduction*]

L'étude examine ensuite diverses formules de nomination : par le ministre avec le concours du ministère, par un organisme indépendant, par le Parlement, par élection directe. Une fois chaque formule bien évaluée, le rapport recommande :

- qu'un comité de sélection indépendant fasse une présélection et transmette les noms d'au moins deux candidats au ministre, avec les candidatures de chacun et leur déclaration d'affiliation politique;
- que la liste restreinte, avec le résumé des qualifications des candidats en fonction des critères de sélection et leur déclaration d'affiliation politique, soient rendus publics;
- que le ministre ne soit pas tenu de choisir un des candidats sur la liste restreinte, mais qu'il s'abstienne de choisir un candidat qui n'a pas d'abord fait l'objet d'un examen par un comité de sélection indépendant[80].

Il a également été recommandé que le conseil élise lui-même son président et son vice-président à partir de ses membres, pour bien marquer son indépendance[81]. À l'heure actuelle, l'*Australian Broadcasting Corporation Act* (ABB) prévoit que le président et le vice-président seront nommés par le gouverneur général[82].

D. Le processus de nomination au Royaume-Uni

Par ailleurs, le rapport australien s'est inspiré d'une étude menée au Royaume-Uni sur le processus de nomination des administrateurs d'organismes publics, groupe qui comprend la British Broadcasting Corporation.

La BBC a été fondée et continue de fonctionner en vertu de chartes royales successives. La charte actuelle, qui couvre la période du 1er mai 1996 au 31 décembre 2006[38], dispose qu'un conseil de 12 administrateurs nommés par le gouverneur en conseil se chargera de la surveillance de la société[39]. La représentation régionale est assurée par l'obligation que les 12 administrateurs comprennent des administrateurs nationaux pour l'Écosse, le pays de Galles et l'Irlande du Nord[40]. Le directeur général (le pendant du président de la SRC) est nommé par les administrateurs[41]. Mais il reste que le critère de sélection de base doit s'inscrire dans le cadre général des nominations aux organismes publics.

En 1955, le processus de nomination aux organismes publics ayant connu des ratés importants, des critères de nominations ont été mis en place. Le comité des normes de participation à la vie publique, présidé par lord Nolan, a mis au point un modèle — appelé les « règles Nolan » — pour les nominations aux postes supérieurs des organismes publics[42]. Ces règles sont devenues aujourd'hui des normes de référence internationales. Elles comprennent un code — sept principes de vie publique — et un modèle de procédure appliqué par le commissaire des nominations publiques. Le code des nominations ministérielles aux organismes publics[43] explique le processus de réglementation, de contrôle et de rapport relativement aux nominations ministérielles aux organismes publics, dont la British Broadcasting Corporation. Le code :

> qui définit le cadre réglementaire des nominations publiques, s'inspire des sept principes recommandés par le comité des normes de vie publique. Il propose aux ministères un petit guide simple des étapes à suivre pour que le processus des nominations soit équitable et transparent, qu'il recrute des candidats compétents et qu'il recueille la confiance du public[44]. [*Traduction*]

Les sept principes de vie publique dont s'inspire le code et qui visent à assurer des nominations au mérite et le recrutement de candidats compétents[45], sont :

> Responsabilité ministérielle – le ministre est le grand responsable des nominations.
>
> Le mérite – toutes les nominations publiques sont faites selon le grand principe de la sélection au mérite, par le choix éclairé de candidats qui, par leurs compétences, expérience et qualités répondent aux besoins de l'organisme public concerné.
>
> Examen indépendant – il ne se fera aucune nomination sans qu'elle ait d'abord fait l'objet d'un examen par un comité indépendant ou par un groupe comptant des membres qui ne relèvent pas du ministère concerné.
>
> Égalité des chances – les ministères devraient se doter de programmes pour l'application des principes de l'égalité des chances.
>
> Probité – les administrateurs d'organismes publics doivent adhérer aux principes et valeurs du service public et s'acquitter de leurs fonctions avec intégrité.
>
> Transparence – le processus des nominations sera fondé sur les principes de transparence gouvernementale, il se fera dans la transparence et les nominations feront l'objet d'informations fournies au public.
>
> Proportionnalité – les nominations se feront selon le principe de proportionnalité, c'est-à-dire qu'elles en rapport avec la nature du poste et le poids ou l'importance des responsabilités[65]. [*Traduction*]

La procédure des nominations

La procédure des nominations est complexe, elle comprend l'obligation de définir les fonctions et les qualités personnelles pour chaque nomination à un organisme public, qu'il s'agisse d'un membre, du président ou du vice-président[66]. Ces critères ne sont pas permanents et doivent être revus à chaque nouvelle nomination au même organisme[67]. Le titulaire dont le rendement est jugé satisfaisant[68] peut voir sa nomination reconduite[69], mais la durée maximale des fonctions au sein du même organisme est fixée à 10 ans[70].

Pour assurer « un processus visiblement équitable et transparent » et « la diversité étant un élément essentiel des organismes publics », les vacances

aux conseils de ces organismes doivent être largement annoncées pour atteindre un large échantillon de candidats éventuels[52]. En outre, n'importe qui — ministres comme officiels — peut proposer des noms de candidats, mais par quelque moyen que les candidatures soient faites, les candidats doivent tous passer par la procédure officielle, ce qui implique qu'ils doivent remplir le formulaire de candidature[53].

L'étape de la sélection comprend l'identification et la sélection des candidats. Pour assurer le respect des principes du mérite, de l'égalité des chances et de la représentativité, il est fait appel à des évaluateurs indépendants[54]. Ceux-ci passent en revue les premières étapes du processus, et ils doivent participer directement à la présélection des candidats (« liste restreinte ») et aux entretiens de sélection. Les nominations à des organismes importants comme la British Broadcasting Corporation justifient le recours à un comité consultatif ou de contrôle qui revoit les principales étapes du processus. Le comité se compose d'un « représentant du ministère compétent, un représentant de l'organisme public ou d'un autre groupe intéressé, selon le cas, mais doit comprendre au moins un évaluateur indépendant[55] ». [*Traduction*]

Les candidats à des nominations publiques doivent répondre à une question type sur leur activité politique, qui a pour but de permettre de contrôler l'activité politique de ces candidats « dans la mesure où l'affaire est publiquement connue[56] »; il peut s'agir de savoir si le candidat a déjà brigué ou occupé une charge publique. Il ne s'agit pas d'obtenir des renseignements personnels ou de savoir pour quel parti il vote. On trouvera le texte de la question à l'annexe 16.

Tous les candidats sur la liste restreinte doivent avoir été favorablement évalués en fonction des critères de sélection. Le choix final appartient au ministre compétent, mais :

> « le principe incontournable demeure la nomination au mérite, et aucun candidat ne peut être recommandé au ministre si on n'a pas d'abord jugé qu'il répond aux critères de sélection;
>
> si le ministre recherche un certain équilibre en termes de diversité et de compétences et d'expérience, les ministères pourront recommander qu'il nomme tout candidat répondant pleinement aux critères de sélection et qui permet de réaliser cet équilibre au sein du conseil.

> mais on ne devra en **aucun** cas recommander un candidat qui n'a pas été jugé satisfaisant pour réaliser cet équilibre[37]. [*Traduction*]

Le code propose aussi des critères pour des vérifications de conformité avec le code[38], ainsi qu'une procédure des plaintes[39] et une procédure pour la collecte de statistiques et de données annuelles sur les nominations[40].

Mesure législative récente et le processus des nominations

Il est à noter que le Royaume-Uni a déposé récemment un projet de loi visant à réformer substantiellement le secteur des communications, dont la radiodiffusion. Le projet de loi sur les communications a été déposé aux Communes en novembre 2002[41]. Cette nouvelle mesure propose notamment de transférer à un nouvel organisme, un office des communications (OFCOM), les pouvoirs de réglementation de cinq organismes dans le domaine des communications. Les cinq organismes en question sont :

> 1. la Commission des normes de radiodiffusion — organisme non ministériel chargé par la loi d'assurer l'équité et le respect des normes en matière de radiodiffusion. La *Loi sur la radiodiffusion de 1996* lui confie trois grandes tâches : établir des codes d'éthique relativement aux normes et à l'équité; examiner et statuer sur les plaintes; suivre l'évolution et l'application des normes et de l'équité en radiodiffusion, et faire rapport sur ces questions.
>
> 2. le directeur général des télécommunications — responsable de l'Office des télécommunications (Oftel), l'organisme de réglementation du domaine. Oftel est un organisme non ministériel. En vertu de la *Loi sur les télécommunications (1984)*, le directeur général est responsable de l'administration et de l'application des licences qui réglementent les exploitants. Il a notamment pour fonction de veiller à la fourniture de services de télécommunication adéquats partout au R.-U., de veiller aux intérêts des consommateurs, de maintenir une véritable concurrence.
>
> 3. la commission des télévisions indépendantes — organisme officiel qui autorise et réglemente la télévision indépendante au R.-U. notamment la télévision par câble et par satellite. Ses pouvoirs émanent des lois sur la radiodiffusion de 1990 et 1996. Elle est chargée d'établir et de surveiller les normes en matière d'émissions.

> de régulation économique, d'obligations de service public, de recherche, de publicité et de qualité technique;
>
> 4. le conseil de la radio — organisme officiel responsable de la réglementation et de l'autorisation des radiodiffuseurs indépendants, c.-à-d. tous les services radio qui ne sont pas de la BBC. Ses pouvoirs émanent des lois sur la radiodiffusion de 1990 et 1996. Il est chargé de la planification des fréquences, de la délivrance des licences, de la réglementation de la programmation et de la publicité, ainsi que de la surveillance des propriétaires de radio;
>
> 5. le secrétaire d'État — rôle de réglementation en matière d'attribution, de maintien et de surveillance des bandes de fréquences non militaires. Ce rôle est exercé par l'office des radiocommunications, organisme de direction du ministère du commerce et de l'industrie[25]. [*Traduction*]

Il semble donc que la nouvelle loi ne changera pas la structure ou la composition du conseil d'administration de la BBC. Il en va de même du mode de nomination au conseil, régi par le code de procédure appliqué par le commissaire aux nominations publiques, qui demeurera inchangé.

E. Solutions proposées

Nominations

Les témoignages entendus par le Comité permanent du patrimoine de la Chambre des communes ont soulevé sensiblement les mêmes questions que les récentes études britanniques et australiennes sur les nominations aux organismes publics. En fait, les principales portaient sur la transparence, la reddition de compte et l'indépendance par rapport au gouvernement. **Le Comité estime donc qu'il est indiqué et nécessaire de mettre en place des critères et des lignes directrices pour les nominations au CRTC et à la SRC. Par exemple, pour favoriser une reddition de compte et une indépendance accrues, les nominations au conseil de la SRC devraient émaner de plusieurs sources et le président devrait être recruté par le conseil et lui être comptable.** En conséquence :

RECOMMANDATION 18.1

Le Comité recommande que le ministère du Patrimoine canadien, en concertation avec le Comité, mette au point d'ici le 30 juin 2004 des critères et des lignes directrices concernant la nomination des conseillers du CRTC, ainsi que la nomination des administrateurs de la SRC.

En outre, des témoins ont parlé au Comité du nombre de conseillers du CRTC. Ils sont nombreux à signaler que la composition actuelle — 13 conseillers à plein temps, dont 6 conseillers régionaux habitant dans leur région — nuit à la prise de décision. On trouve notamment que les conseillers régionaux tendent à décider en fonction de leur propre région et oublient la perspective nationale, ce qui aboutit à des politiques incohérentes où l'intérêt national est en contradiction avec celui des régions. En outre, comme la composition des comités d'audition change constamment, on se retrouve avec des décisions ambiguës et compliquées. C'est ainsi qu'il devient difficile de compter sur la cohérence et la rationalité, au détriment de l'industrie et du grand public. On a suggéré qu'un Conseil plus petit et cohérent serait plus en mesure de prendre des décisions pertinentes et efficaces et conserver une approche nationale dans son travail. Il a donc été proposé de réduire le nombre de conseillers et d'abolir les conseillers régionaux, tout en veillant à ce que le Conseil continue de recruter ses membres des quatre coins du pays afin de donner à ses politiques une optique nationale. Par conséquent :

RECOMMANDATION 18.2

Le Comité recommande que la taille du Conseil soit réduite de treize à neuf conseillers et que l'abolition des conseillers régionaux soit considérée. Il faudra par ailleurs veiller à y assurer un équilibre linguistique et régional et à y maintenir une diversité de vues et d'expérience.

Le Comité reconnaît qu'un examen de la structure et du fonctionnement du CRTC s'impose avant la mise en œuvre de cette recommandation. Cette question est traitée au chapitre 19.

RECOMMANDATION 18.1 :

Le Comité recommande que le ministère du Patrimoine canadien, en concertation avec le Comité, mette au point d'ici le 30 juin 2004 des critères et des lignes directrices concernant la nomination des conseillers du CRTC, ainsi que la nomination des administrateurs de la SRC.

En outre, des témoins ont parlé au Comité du nombre de conseillers du CRTC. Ils sont nombreux à signaler que la composition actuelle — 13 conseillers à plein temps, dont 6 conseillers régionaux habitant dans leur région — nuit à la prise de décision. On trouve notamment que les conseillers régionaux tendent à décider en fonction de leur propre région et oublient la perspective nationale, ce qui aboutit à des politiques incohérentes où l'intérêt national est en contradiction avec celui des régions. En outre, comme la composition des comités d'audition change constamment, on se retrouve avec des décisions ambiguës et compliquées. C'est ainsi qu'il devient difficile de compter sur la cohérence et la rationalité, au détriment de l'industrie et du grand public. On a suggéré qu'un Conseil plus petit, et cohérent, serait plus en mesure de prendre des décisions pertinentes et efficaces et conserver une approche nationale dans son travail. Il a donc été proposé de réduire le nombre de conseillers et d'abolir les conseillers régionaux, tout en veillant à ce que le Conseil continue de recruter ses membres des quatre coins du pays afin de donner à ses politiques une optique nationale. Par conséquent :

RECOMMANDATION 18.2 :

Le Comité recommande que la taille du Conseil soit réduite de treize à neuf conseillers et que l'abolition des conseillers régionaux soit considérée. Il faudra par ailleurs veiller à y assurer un équilibre linguistique et régional et à y maintenir une diversité de vues et d'expérience.

Le Comité reconnaît qu'un examen de la structure et du fonctionnement du CRTC s'impose avant la mise en œuvre de cette recommandation. Cette question est traitée au chapitre 19.

Conflits d'intérêts

Un problème persistant est la perception de rapports étroits entre le Conseil et les industries qu'il est chargé de réglementer. Certains croient à l'existence de portes communicantes permettant à des conseillers provenant d'industries ou de cabinets d'avocats qui font affaire avec le Conseil de retourner dans leur milieu une fois leur mandat terminé. Les partisans du statu quo font toutefois valoir qu'il est inévitable que les titulaires proviennent d'un très petit bassin de personnes qui ont les connaissances spécialisées et l'expérience voulues. La vaste majorité des candidats sont des gens qui ont de l'expérience dans le domaine. De fait, il peut être très avantageux de connaître les acteurs et de pouvoir envisager les enjeux du point des véritables fournisseurs de services de radiodiffusion et de communication. Il n'en reste pas moins que la perception de possibilités de conflits d'intérêts au Conseil est très forte.

S'il vaut la peine de noter que le professeur Schultz, dans un rapport rédigé pour le Comité, n'a pas vraiment trouvé de preuves qu'il existe un problème, il n'est que prudent d'avoir des garde-fous en place. Le professeur note que s'il est interdit aux ministres de prendre contact avec les conseillers sur des questions dont le Conseil est saisi, il n'y a rien de semblable pour ceux qui représentent l'industrie. Autre problème obsédant : il est interdit aux conseillers et aux anciens membres du personnel d'entrer au service d'une entreprise réglementée dans un délai d'un an après leur départ, ce qui n'est pas sans poser de problèmes. Le fait d'être « placardisé » ou « tabletté » pour un an peut décourager des gens qualifiés d'accepter des nominations, étant donné les difficultés de réintégrer l'industrie et le manque à gagner.

Par ailleurs, certains estiment qu'un an n'est pas suffisant pour éviter les conflits d'intérêts ou les avantages indus. **Le Comité croit donc utile d'insister sur la nécessité pour le CRTC de conserver son indépendance par rapport à ceux qu'il réglemente. En outre, le Comité réitère l'importance d'absence de liens de dépendance entre le CRTC et l'industrie de la radiodiffusion. Il faudrait voir comme des normes juridiques et éthiques minimales les dispositions qui figurent dans le Code des titulaires de charge publique, la *Loi sur l'enregistrement des lobbyistes* et le Code de déontologie des lobbyistes.**

Le Comité souhaite aussi que l'apparence d'impartialité soit favorisée et renforcée. En conséquence :

RECOMMANDATION 18.3 :

Pour éviter toute possibilité de conflit d'intérêts ou d'avantage indu ou toute apparence de situation semblable, le Comité recommande que quiconque démissionne ou abandonne sa charge de membre ou de cadre supérieur du CRTC ne saurait occuper un poste payé ou non payé au sein d'une industrie réglementée par le CRTC dans un délai de deux ans après son départ. Cela devrait être établi comme condition pour devenir employé ou membre du Conseil. Au cours de ce délai, ceux-ci devraient recevoir jusqu'à 75 % de leur salaire habituel s'ils sont dans l'impossibilité de trouver un emploi convenable ailleurs que dans l'industrie de la radiodiffusion.

Notes en fin de chapitre

1 G. Call. *The Canadian Legal System*. 4 ed. Scarborough: Thompson Canada Limited, 1995, p. 436.
2 A. Tupper. « The Civil Service », dans T. Pocklington. *Representative Democracy: an introduction to politics and government*. Toronto: Harcourt Brace and Company, 1994, p. 251.
3 *Ibid.*
4 Voir les articles 18 à 22 de la *Loi sur les musées* de 1990 (chapitre 3) pour connaître le mode de nomination au conseil d'administration du Musée des beaux-arts, du Musée canadien des civilisations, du Musée canadien de la nature, du Musée national de la science et des technologies ainsi que les articles 4 et 5 de la *Loi sur le Centre national des arts* (chapitre N-3) pour en savoir plus sur le mode de nomination du conseil d'administration de la Société du Centre national des arts.
5 Voir le paragraphe 36(2) de la *Loi sur la radiodiffusion*.
6 Voir le paragraphe 6(1) de la *Loi sur le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes*.
7 Voir le paragraphe 19(1) de la *Loi sur les musées*.
8 Voir le paragraphe 36(2) de la *Loi sur la radiodiffusion*, le paragraphe 3(1) de la *Loi sur le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes* et le paragraphe 4(2) de la *Loi sur le Centre national des arts*.
9 Voir le paragraphe 19(2) de la *Loi sur les musées*.
10 *Conditions d'emploi et avantages sociaux particuliers aux personnes nommées par le gouverneur en conseil à des postes à temps plein*, septembre 2002, document accessible sur le site Web du Bureau du Conseil privé : http://www.pco-bcp.gc.ca.
11 Voir le paragraphe 3(2) de la *Loi sur le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes*.
12 Réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, le 20 novembre 2001.
13 Réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, le 27 novembre 2001.
14 Réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, le 29 novembre 2001.
15 FRIENDS of Canadian Broadcasting, mémoire, p. 17-18.
16 Réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, le 25 février 2002.
17 La Guilde canadienne des médias — La Guilde des employés de journaux du Canada, p. 36.
18 Réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, le 25 février 2002.
19 *Ibid.*
20 Ian Morrison, réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, le 29 novembre 2001.
21 La Guilde canadienne des médias — La Guilde des employés de journaux du Canada, p. 35.
22 Sid Chow Tan, vice-président, Association des Canadiens d'origine chinoise de Vancouver, réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, le 25 février 2002.

23 Réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, le 23 avril 2002.
24 *Ibid.*
25 La Guilde canadienne des médias — La Guilde des employés de journaux du Canada, p. 31.
26 Réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, le 11 avril 2002.
27 « *Above Board? Methods of Appointment to the ABC Board* », rapport du Senate Environment, Communications, Information Technology and the Arts Reference Committee (Australie) (Canberra : The Senate [Australie], 2001).
28 *Australian Broadcasting Corporation Act* (1983), par. 12(2), 12(3) et 13(1).
29 *Australian Broadcasting Act* (1983), art. 13A.
30 *Above Board?*, recommandation 1, p. 19.
31 *Ibid.*, p. 30.
32 *Ibid.*
33 *Ibid.*, recommandation 5, p. 31. Voir aussi les recommandations 6, 7 et 8.
34 *Ibid.*, p. 32. Voir aussi la recommandation 9.
35 *Ibid.*, p. 33-39.
36 *Ibid.*, p. 40. Voir aussi la recommandation 10.
37 *Australian Broadcasting Corporation Act* (1983), par. 12(3).
38 Department of National Heritage, Broadcasting, texte de la charte royale reconduisant la British Broadcasting Corporation, 1er mai 1996, www.bbc.co.uk.
39 *Ibid.*
40 *Ibid.*
41 *Ibid.*
42 Voir le *Summary of the Nolan Committee's First Report on Standards of Public Life*, www.archive.official-documents.co.uk.
43 Le *Code of Practice for Ministerial Appointments to Public Bodies*, Office of the Commissioner for Public Appointments, juillet 2001, http://www.ocpa.gov.uk.
44 *Ibid.*
45 *Ibid.*
46 *Ibid.*
47 *Ibid.*
48 *Ibid.*
49 *Ibid.*
50 *Ibid.*
51 *Ibid.*
52 *Ibid.*
53 *Ibid.*
54 *Ibid.*
55 *Ibid.*
56 *Ibid.* Voir aussi l'annexe 16, qui reprend la question sur l'activité politique telle qu'elle figure dans chaque formulaire de candidature.
57 *Ibid.* Souligné dans le texte.
58 *Ibid.*
59 *Ibid.*
60 *Ibid.*
61 www.parliament.the-stationery-office.co.uk.
62 Projet de loi sur les communications – notes explicatives.

ORIENTATION DU SYSTÈME

Chapitre 19

Gouvernance et imputabilité

Le fait que les avantages concrets de notre réalisation n'ont pas toujours été reconnus tient peut-être à ce qu'on n'a pas défini clairement et simplement les objectifs et les buts de notre régime de diffusion. Les statuts directeurs étant loin d'être clairs, la nature même du régime a donné lieu à des controverses et à des discussions interminables.

Commission royale d'enquête sur la radio et la télévision, 1957.

A. Introduction

La *Loi sur la radiodiffusion* de 1991 précise les principes clés de la politique canadienne en matière de radiodiffusion, en cerne les principaux volets et établit deux institutions publiques : le CRTC et la SRC. Cependant, comme on le souligne à plusieurs reprises dans le présent document, aucun mécanisme n'est en place afin d'évaluer régulièrement la réalisation des objectifs décrits dans la *Loi*.

Des témoins ont soulevé, à plusieurs occasions, les difficultés liées à l'interprétation du contenu de la *Loi sur la radiodiffusion* ou de son intention. Ces difficultés ont aussi été soulignées dans un document de référence rédigé à l'intention du Comité par le professeur Richard Schultz, pour qui, lorsqu'ils sont combinés, les objectifs du système forment un « fatras politique ». Ce manque de précision à propos des objectifs est un problème de la gouvernance, et non un problème de radiodiffusion, qui revient constamment dans plusieurs témoignages, et, comme on pouvait s'y attendre, dans une part importante du présent rapport.

Ce chapitre commence par une brève discussion du mode de fonctionnement de gouvernance publique et de l'imputabilité dans une démocratie parlementaire. Il décrit ensuite un certain nombre de problèmes avec la gouvernance du système de radiodiffusion canadien. Il soutient, par conséquent, que le « fatras » actuel est le résultat de

longues années, et remonte à 1929, lors de la mise en œuvre des recommandations du rapport Aird. En réponse à ces problèmes, le chapitre contient une série de recommandations qui, si elles étaient mises en œuvre, résoudraient dans une large mesure les insuffisances actuelles du système de radiodiffusion canadien sur le plan de la gouvernance et de l'imputabilité.

B. Gouvernance

Les citoyens canadiens vivent dans un système gouvernemental considéré comme étant une démocratie parlementaire. C'est également un système fédéral dans lequel les pouvoirs sont partagés avec les provinces et les territoires. La Couronne (représentée par le gouverneur général à l'échelle fédérale) est le chef d'État. Le premier ministre est le chef du parti qui a remporté le plus grand nombre de sièges. Le premier ministre choisit les membres de son cabinet. Après leur assermentation, le premier ministre et le cabinet forment l'exécutif du gouvernement.

La Constitution établit quelques-uns des rôles et des responsabilités incombant aux gouvernements, mais ne dit rien quant à de nombreux points importants. Par exemple, elle ne fait pas mention des premiers ministres ou du bureau du premier ministre. Ces termes et quelques autres qui ne sont pas mentionnés non plus (p. ex., « cabinet ») sont des éléments de ce qu'on désigne parfois comme la « constitution non écrite ».

Le gouvernement est lié à la notion de gouvernance. Le mot « gouverne » vient du grec *kybernan*, qui signifie diriger un navire. Les Romains employaient le mot *gubernare*, qui, en anglais, a donné *governor*, qui désigne le timonier ou le pilote d'un navire. En français, le mot « gouvernail » a la même étymologie.

Compte tenu de cette origine, on comprend pourquoi les métaphores de la navigation sont souvent utilisées pour décrire des questions particulières, comme « mettre le cap », « changer de cap », ou « conduire le char de l'État ».

Il est important de rappeler que la gestion publique, ou la gouvernance, renvoie à un certain nombre de notions différentes :

- l'art de gouverner,
- l'exercice de l'autorité,
- la structure de l'autorité,
- le domaine de compétence (c.-à-d. le territoire sur lequel le corps législatif ou administratif exerce son autorité).

Ces concepts d'autorité, d'orientation et de contrôle sont intimement liés.[1] Dans le cas de la radiodiffusion canadienne, ils traitent de ce que différents organismes tentent de faire et doivent se concentrer sur l'établissement de buts, la planification et l'élaboration de politiques visant à orienter le système, ainsi que la surveillance du rendement et l'établissement de rapports à l'intention des intervenants (c.-à-d. les citoyens, les actionnaires, les administrateurs et les autres).

Lorsque le gouvernement — par l'entremise du Parlement — convient d'un plan d'action (p. ex., les objectifs de la *Loi sur la radiodiffusion*), il revient à l'exécutif (c.-à-d. le cabinet, un ministre en particulier et le ministère pertinent) de proposer des activités pour répondre aux objectifs énoncés dans la loi. En effet, le mot « exécutif » tire son origine du verbe latin *exqui*, qui signifie « poursuivre » ou « accomplir ».

En résumé, le Parlement adopte les lois, l'exécutif veille à ce que des mesures appropriées soient prises, les résultats sont mesurés et l'exécutif rend des comptes au Parlement. S'il est relativement facile à expliquer, ce processus tend à être beaucoup plus complexe en réalité. Il arrive que les conjonctures changent, que les ressources soient moindres que ce qui avait été prévu, que des nouvelles technologies entraînent de nouvelles demandes ou que les coûts grimpent. L'exécutif doit réagir à ces changements au fil du temps, puis rendre des comptes sur une situation complètement différente de celle qui prévalait au moment où la loi a été adoptée.

Le défi de la gouvernance

La gestion publique s'avère difficile même dans les circonstances les plus favorables. Elle ne va pas de soit en dépit d'une législation bien conçue, d'un objectif clair, et du fait que l'exécutif dispose des ressources appropriées pour mettre en œuvre un programme pertinent. La plupart du temps, ces atouts ne suffisent pas. En effet, la gestion publique du système de radiodiffusion canadien constitue sans doute l'une des fonctions les plus difficiles au Canada, et ce, pour un certain nombre de raisons :

- Premièrement, la gouvernance du système a évolué au cours des 70 dernières années avec la création de quelques organismes et conseils indépendants.

- Deuxièmement, il y a eu des litiges entre le fédéral et les provinces relativement aux compétences; les tribunaux ont déterminé que la radio, le câble et les télécommunications étaient de compétence fédérale, bien que la radiodiffusion éducative et certains programmes de financement relèvent, de façon appropriée, de la compétence provinciale.

- Troisièmement, du désir de protéger le système de radiodiffusion des excès d'interférence politique, ces organismes et conseils agissent à distance de l'administration publique.

- Quatrièmement, le système de radiodiffusion relativement simple qui existait à l'époque de la radio a cédé la place à un autre, très complexe, à l'encontre de tout ce que l'on avait pu concevoir dans les années 1920 ou 1930.

- Cinquièmement, le système de radiodiffusion est en transition constante, car les innovations technologiques apportent sans cesse de nouvelles possibilités de croissance.

- Sixièmement, plusieurs des facteurs importants et fondamentaux responsables de ces changements échappent au contrôle du gouvernement (p. ex., la création de satellites, l'arrivée d'Internet).

Si la *Loi sur la radiodiffusion* de 1991 stipule que la radiodiffusion est un « système unique », cette attente est extrêmement difficile à combler. En effet, le système n'a rien de simple, et bien des éléments essentiels à son

fonctionnement échappent au contrôle du gouvernement. Comme le met en lumière le professeur Schultz dans son document de référence :

> Non seulement les marchés de la radiodiffusion sont-ils fragmentés en raison de la surabondance des stations de radio et de télévision ainsi que, plus que jamais, des canaux diffusés par câble, mais, en plus de la plus grande proximité des réseaux, il existe davantage de réseaux privés et de modes de distribution que les simples systèmes de radiodiffusion et de câblodiffusion conventionnels. Bien sûr, ce n'est pas la quantité de modes de radiodiffusion qui annonce la fin du système unique, mais l'intense compétition dans les secteurs — entre réseaux publics et privés, entre réseaux privés eux-mêmes, entre le câble et les satellites, entre les services de câblodiffusion conventionnels et spécialisés, etc. — indique que la légitimité d'un but commun, quelle que soit la terminologie de la législation, n'existe plus, et qu'elle n'a peut-être même jamais été, sauf lorsque des intervenants se sont unis pour contrer la menace de nouveaux joueurs — par exemple, lorsque les réseaux de télévision publics et privés se sont opposés à la câblodiffusion ou lorsque tous ont manifesté leur désaccord avec la radiodiffusion directe par satellite.

Évidemment, l'exécutif doit veiller à l'application de la *Loi sur la radiodiffusion*. Cependant, la marge de manœuvre offerte à l'exécutif pour « gouverner » le système de radiodiffusion canadien est très limitée. Au moins quatre raisons expliquent ceci :

- Premièrement, très peu d'éléments du système relèvent directement de l'exécutif (p. ex., le CRTC, le secteur privé).

- Deuxièmement, l'autorité de réglementation ne dispose que d'outils très incommodes.

- Troisièmement, de nombreux citoyens canadiens contournent le système (en utilisant, par exemple, des soucoupes du marché noir et gris).

- Quatrièmement, devant les nombreux choix d'émissions qui sont maintenant offerts aux Canadiens, la programmation locale et régionale est devenue moins rentable (p. ex., comme plusieurs témoins l'ont rappelé au Comité, « l'obligation de faire passer » n'a pas le même sens que « l'obligation de regarder »).

Le système est encore plus complexe, car les responsabilités sont partagées entre au moins deux ministères (Patrimoine et Industrie), un radiodiffuseur

(la SRC), un organisme de réglementation (le CRTC), un organisme de financement (Téléfilm Canada) et un producteur (l'Office national du film). De plus, deux autres organismes (la Commission du droit d'auteur et le Bureau de la concurrence) ont d'importants mandats, liés respectivement à l'application de la *Loi sur le droit d'auteur* et de la *Loi sur la concurrence*, qui peuvent influer sur des éléments du système de radiodiffusion. Parallèlement, d'autres lois, y compris *la Loi sur le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes*, la *Loi sur la radiocommunication* et la *Loi sur les télécommunications*, peuvent avoir des conséquences directes ou indirectes sur ce qui se passe dans le système de radiodiffusion canadien. Pour terminer, l'une des plus importantes sources de financement, le Fonds canadien pour la télévision (FCT), n'est pas un représentant de la Couronne, mais un partenariat entre les secteurs privé et public qui possède son propre conseil d'administration, qui comprend des représentants du gouvernement.

Comme le faisait observer le professeur Schultz à l'égard du CRTC, dans son document de référence à l'intention du Comité :

> « il est facile de voir que le décideur dominant dans le secteur de la radiodiffusion au Canada, ainsi que dans celui des télécommunications, est le CRTC. Malgré tous les efforts déployés depuis plus de vingt-cinq ans, les gouvernements successifs n'ont pas réussi à exercer un pouvoir stratégique ou décisionnel sur l'élaboration de politiques. Même les modifications de 1991 à la *Loi sur la radiodiffusion*, qui accordent plus de pouvoir au cabinet pour donner des directives découlant de politiques et qui répondent ainsi à un souhait de longue date de la part des ministres désignés au CRTC, n'ont pas vraiment changé la structure décisionnelle pour l'élaboration de politiques.
>
> Il s'agit d'un problème à deux volets. En premier lieu, à la fois dans les versions 1968 et 1991 de la *Loi sur la radiodiffusion*, le CRTC s'est vu octroyer un chèque en blanc qui l'incite à jouer le rôle de décideur de fait en matière de radiodiffusion, voire lui donne un mandat en ce sens. Il est difficile d'invoquer une injonction à l'obligation de « sauvegarder, enrichir et renforcer la structure culturelle, politique, sociale et économique du Canada » pour façonner ou orienter le processus décisionnel du CRTC. On arrive à la même conclusion avec l'ajout, en 1991, d'une référence au « maintien et [...] la valorisation de [...] la souveraineté culturelle » [...]

Comme le relève avec justesse le professeur Schultz, le CRTC s'est vu confier un mandat extrêmement vaste et, compte tenu du statut quasi judiciaire qui lui a été accordé, le pouvoir exécutif du gouvernement est très réticent à l'idée de lui donner des directives, sauf à de très rares occasions.

Bien que le désir de créer des organismes capables d'agir à distance des préoccupations quotidiennes de la sphère politique se conçoit aisément, la mise sur pied et l'évolution de tels organismes en l'absence d'un cadre de politiques global cohérent pose une grande difficulté en matière de gestion publique, à savoir qui mène? Cependant, le problème ne tient pas seulement au fait que personne ne peut être directement responsable, mais aussi à celui qu'en réalité, la majeure partie des attentes sont indéfinies. Les témoins ont soulevé la question de l'ambiguïté des attentes à plusieurs reprises[7]. Ils ont également questionné les liens entre les différents éléments du système.

Ces trois problèmes (des organismes fonctionnant « à distance » de l'administration publique, la présence de termes importants indéfinis et des relations ambiguës entre les éléments du système) débouchent sur un quatrième problème. Comme la mission à accomplir n'est pas claire, il est difficile, voire impossible dans bien des cas, de mesurer le rendement. C'est un peu comme si les différents organismes et l'ensemble du système n'avaient pas de comptes à rendre.

C. Imputabilité

La reddition des comptes est essentielle à notre compréhension de la démocratie parlementaire. Sans reddition des comptes, il ne peut y avoir de gestion publique, et sans gestion publique, il ne peut y avoir de reddition des comptes. Comme le faisait valoir un comité spécial de la Chambre des communes en 1985, les trois éléments clés de la responsabilité forment la pierre angulaire de la gestion publique et de la reddition des comptes :

> La responsabilité ministérielle ainsi que la fusion des pouvoirs exécutif et législatif sont les caractéristiques de tout gouvernement responsable. Les règles relatives à ces caractéristiques ne sont pas établies dans la Constitution. Elles tirent leur origine de conventions, de l'expérience et du bon sens.

> La première responsabilité est celle des ministres envers Sa Majesté ou le gouverneur général [...] La deuxième responsabilité est celle, personnelle, d'un ministre envers la Chambre [...] La troisième responsabilité est celle, collective, des ministres envers la Chambre[10]

Bien que des différends surgissent souvent lorsqu'il s'agit de déterminer qui est responsable de quoi, il reste qu'il faut comprendre que quelqu'un (peut-être un ministre) doit établir un rapport sur une situation particulière (p. ex., le fonctionnement d'un programme gouvernemental). Fondamentalement, on peut résumer la reddition des comptes à l'identification de ceux qui peuvent demander de l'information, à quel moment, auprès de qui et à quel sujet[11].

L'absence de liens précis entre les différents éléments du système constitue un autre problème de taille. Par exemple, les rapports annuels de la SRC et du CRTC n'expliquent pas de quelle façon les actions de ces sociétés au cours de la ou des dernières années ont contribué à la réalisation des objectifs fixés pour le système de radiodiffusion. Les rapports tendent à s'attarder aux activités et aux rendements (p. ex., cette série d'émissions télévisées a été présentée dans le cas de la SRC, ou encore, tant de décisions ont été prises dans le cas du CRTC) sans expliquer de quelle manière ces « rendements » ont contribué à l'atteinte des objectifs du système de radiodiffusion.

À l'absence de liens précis s'ajoute l'absence d'un point central en matière de gestion publique. Même si l'exécutif constitue le point central, ce dernier n'a jamais présenté de fiche de rendement sur le système de radiodiffusion et, comme le montre le présent rapport, il ne sera pas en mesure de le faire avant qu'un certain nombre de questions du domaine de la gouvernance ne soient réglées. De plus, comme il n'y a pas de point central en matière de gestion publique, il n'y a pas de cadre obligatoire de reddition des comptes. En l'absence d'une politique intégrée, d'un point central unique pour la gouvernance à l'échelle du système et pour le cadre redditionnel, il ne serait pas étonnant qu'il y ait une absence presque complète de rapports sur l'état global du système de radiodiffusion. L'absence d'un tel rapport, ou d'une série de rapports de ce genre, a rendu le travail du Comité beaucoup plus ardu qu'il n'aurait dû l'être.

Il faut souligner que cette situation est le résultat direct du fait que la gestion de la radiodiffusion au Canada n'est pas l'aboutissement d'une intention mais d'une évolution qui s'est opérée au cours des 80 dernières années. Bien que

l'on ait reconnu, jusqu'à un certain point, que la gestion du système pose problème, peu de démarches ont été entreprises afin d'y voir[12].

D. Ce que le Comité a entendu

Avant de procéder, il vaut la peine de s'arrêter afin d'examiner les déclarations des témoins devant le Comité quant aux rôles d'élaboration des politiques, de réglementation et de surveillance des ministères gouvernementaux et du CRTC au sein du système de radiodiffusion canadien.

Lorsque M. Michael Wernick (alors sous-ministre adjoint, Développement culturel, ministère du Patrimoine canadien) a comparu devant le Comité, il a décrit le rôle de Patrimoine canadien comme suit :

> Le ministère a essentiellement pour rôle de guider l'action gouvernementale et de servir de lieu de convergence de la politique culturelle, qui vise surtout à mettre les Canadiens en relation les uns avec les autres, à promouvoir l'expression de choix canadien, à offrir aux Canadiens un contenu canadien et une diversité de produits et à présenter le Canada au monde. C'est toujours dans une optique culturelle que nous abordons les questions relatives à la radiodiffusion, tout comme toutes les questions touchant l'industrie culturelle ou le secteur culturel. Nous n'oublions pas pour autant la dimension économique et industrielle ni la dimension internationale mais de par notre mandat, nous devons d'abord et avant tout nous concentrer sur les objectifs de la politique culturelle[13].

M. Wernick a également expliqué que le ministère conseille la ministre « sur les politiques gouvernementales » et qu'il a, ces dernières années, conçu des programmes afin de soutenir le secteur de la production, en assurant « l'élaboration des outils et des instruments gouvernementaux destinés à appuyer la présentation d'émissions canadiennes et l'accès à ces émissions[14] ».

Quant au CRTC, M. David Colville (alors président intérimaire[15], Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes) a décrit le rôle de l'organisme comme suit :

> Grâce à la latitude que lui confère la *Loi sur la radiodiffusion*, le conseil a pu modifier ses politiques et ses règlements à la lumière de cette évolution. Récemment, le conseil a énoncé les objectifs stratégiques sur lesquels il se fonderait pour élaborer des politiques et prendre des décisions dans le domaine de la radiodiffusion. Ces objectifs s'articulent autour du maintien des choix et de la diversité pour les Canadiens ainsi que du maintien d'une forte présence canadienne. Pour atteindre ces objectifs, il faudra offrir une vaste gamme de services, tant analogiques que numériques, et promouvoir des services qui traduisent les valeurs des Canadiens.

Poursuivant dans le même sens, Mme Andree P. Wylie, vice-présidente, Radiodiffusion, Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes, a fait la remarque suivante :

> Au cours des dernières années, le CRTC s'est servi de la souplesse que lui confère la loi et il a entrepris un examen détaillé de tous ses principaux règlements et de toutes ses grandes politiques touchant la distribution, la radio et la télévision. Il a même adopté récemment de nouvelles politiques régissant des domaines tels que la radiodiffusion à caractère ethnique et les services spécialisés numériques afin de refléter les changements technologiques et l'évolution démographique de la société canadienne. Les résultats portent désormais leurs fruits et les effets sont positifs.

Le témoignage ci-dessus laisse entendre que Patrimoine canadien estime être le gestionnaire de la programmation et le représentant de la surveillance de la politique culturelle, tandis que le CRTC considère qu'il détient le pouvoir — grâce à la souplesse qu'il a trouvé dans la *Loi* — d'élaborer de nouvelles politiques de radiodiffusion, de réglementer les radiodiffuseurs et d'appliquer et de promouvoir les principes de la politique culturelle du Canada. Cela dit, lorsque M. Michael Helm, directeur général, Politique des télécommunications, Industrie Canada, a situé Industrie Canada dans le système de radiodiffusion canadien, et il a partagé les responsabilités respectives du Patrimoine et du CRTC de façon plus précise. Voici ce qu'il a affirmé :

> Sur le plan de l'énoncé de la politique, Industrie Canada intervient en matière de télécommunications et de radiocommunications alors que Patrimoine canadien s'occupe de la radiodiffusion. Pour ce qui est de la réglementation, c'est évidemment le CRTC qui se charge des télécommunications et de la radiodiffusion et Industrie Canada qui traite des radiocommunications. Il s'agit essentiellement de

> réglements techniques pour garantir que les ondes seront exploitées à bon escient, sans interférence, etc. C'est cet aspect que nous réglementons[19]

Vues sous cet angle, il est clair que les démarcations entre Patrimoine canadien et le CRTC ont été laissées ouvertes à diverses interprétations. Cela nous laisse avec deux ministères gouvernementaux, Patrimoine canadien et Industrie Canada, dont les rôles respectifs sont vaguement divisés entre les démarcations de la politique culturelle et les démarcations de la politique industrielle, et le CRTC, qui a décidé que la *Loi* lui donne la liberté de formuler des politiques, au besoin, tandis qu'il surveille les objectifs de mandat public prévus dans la *Loi*[20].

D'autre part, il est tout aussi évident qu'il y a des lacunes dans la structure, la gestion et la surveillance de notre système. En effet, dans des circonstances normales, les modifications de la politique sont apportées par l'entremise du Parlement selon les propositions qui sont faites par le ministère directeur. Dans la radiodiffusion canadienne, par contre, cette situation semble avoir évolué à un tel point que le ministère directeur — Patrimoine canadien — a très peu d'autorité quant à l'élaboration de politiques. En réalité, pratiquement tout le pouvoir relatif à la politique de radiodiffusion a été accordé à l'autorité de réglementation. Pour cette raison, malgré les nombreuses histoires de réussite au sujet du système de radiodiffusion du Canada qui ont été soulignées tout au long de ce rapport, il est clair que la gestion publique et la reddition des comptes doivent être repensées de fond en comble à l'intérieur du système de radiodiffusion canadien.

E. Orientations futures

Deux des mesures les plus importantes pour aborder les questions de gestion publique et l'évolution des technologies ont été prises à la fin des années 1960 et au début des années 1970. À la fin des années 1960, le gouvernement du Canada a identifié certains des effets possibles de la révolution numérique et a créé, en 1968, un seul ministère et une autorité de réglementation unique (le ministère des Communications et le CRTC). Le fait d'avoir un seul ministère permettait aux personnes chargées des questions touchant aux communications, à la culture et à l'industrie, de travailler de concert afin de trouver des solutions communes à la plupart des problèmes importants auxquels le système de radiodiffusion faisait

face. Cette entente fonctionnait très bien. En effet, le Groupe de travail Caplan-Sauvageau a été formé sous l'égide du ministère des Communications et les modifications de 1991 apportées à la *Loi sur la radiodiffusion* ont principalement découlé de ce travail et de l'appui des dirigeants du ministère.

Le ministère des Communications a été dissout en 1993 dans le cadre d'une restructuration du gouvernement. Malheureusement, la restructuration de 1993 n'a fait que fragmenter davantage la gestion publique déjà morcelée du système de radiodiffusion canadien. Par conséquent, un élément critique permettant de gérer les forces déchaînées par la transition au numérique (décrit au chapitre 12) consiste à recréer un ministère chargé des industries culturelles, des télécommunications et de la radiodiffusion. Cela est particulièrement important étant donné que les changements qui perturbent le système de radiodiffusion aujourd'hui provoquent également des bouleversements majeurs dans d'autres domaines du portefeuille culturel (p. ex., la distribution des livres étudiée par le Comité en 2000). En effet, le Comité a noté l'importance de regarder l'ensemble du système en 1999, lorsqu'il a suggéré dans le rapport *Appartenance et identité* que le gouvernement doit être en mesure de gérer l'ensemble du processus, de la création à la production et à la distribution, en passant par la promotion et les auditoires, dans tous les projets culturels auxquels participent les Canadiens.

La création d'un ministère unique, proposée par de nombreux témoins, présenterait l'avantage supplémentaire de permettre à l'exécutif de s'attaquer sérieusement aux questions de gouvernance qui sont liées au système de radiodiffusion dans son ensemble. À l'heure actuelle, la capacité de l'exécutif à aborder les questions de gouvernance est gravement entravée. Par conséquent,

RECOMMANDATION 19.1 :

Le Comité recommande la création d'un ministère des communications chargé du soutien du gouvernement du Canada à la radiodiffusion, aux télécommunications et aux industries culturelles.

Plusieurs témoins ont également souligné l'importance de pouvoir disposer de la *Loi* pour traiter des communications, de la radiodiffusion et de la réglementation de ces activités. Le Canada a été l'un des premiers pays au monde à reconnaître la valeur d'un organisme de réglementation unique

pour la radiodiffusion et les télécommunications, mais ces secteurs sont encore régis par des textes de loi distincts. Les nouvelles réalités de la convergence technologique peuvent nécessiter de nouvelles dispositions de réglementation, alors que les régimes et les lois de réglementation actuels deviennent rapidement dépassés. Par conséquent, l'une des premières activités du nouveau ministère devrait consister à examiner les avantages que représente un seul texte de loi couvrant les communications, les télécommunications, la radiodiffusion et leur réglementation. En effet, le Comité est d'avis qu'un texte de loi exhaustif qui traiterait de ces domaines pourrait présenter d'importants avantages. Pour ces motifs :

RECOMMANDATION 19.2 :

Le Comité recommande que le gouvernement examine le bien-fondé d'une loi d'ensemble sur les communications afin que la *Loi sur la radiodiffusion*, la *Loi sur les télécommunications* et la *Loi sur le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes* soient refondues en un seul texte de loi.

F. Politiques, définitions et objectifs

Comme on l'a remarqué précédemment, l'un des problèmes rencontrés par le Comité tout au long de son étude était l'extrême généralité des objectifs en matière de politiques prévus dans la *Loi sur la radiodiffusion*. Il n'y a rien de mal à fixer des objectifs généraux, tant qu'ils sont éventuellement traduits en objectifs plus précis ou en sous-objectifs[31].

L'absence de définitions concrètes constituait un deuxième problème. À titre d'exemple, on mentionne, au paragraphe 5(2) de la *Loi sur la radiodiffusion*, que le CRTC est censé réglementer le système de radiodiffusion canadien de manière à ce qu'il tienne compte des « besoins régionaux ». Comme l'expression « besoins régionaux » n'est pas définie dans la *Loi*, dans des documents de politique produit par les ministères responsables ou par le CRTC, on ne sait pas trop de quelle façon on peut déterminer si ces besoins sont satisfaits[32].

La quantité et la complexité des objectifs énoncés dans la *Loi sur la radiodiffusion* présentaient un troisième problème. Même s'il est

compréhensible qu'ils soient si nombreux (par exemple, les modifications apportées en 1991 étaient destinées à combler les écarts et à couvrir tous les joueurs au sein du système en ajoutant la radiodiffusion communautaire, éducative et autochtone), il reste que notre système de radiodiffusion comporte une 20 d'objectifs, qui ne sont pas plus importants les uns que les autres. Dans son exposé présenté au Comité, le professeur Schultz a signalé ce qui suit :

> Même s'il est vrai qu'il existe d'autres objectifs concrets découlant de politiques dans l'article 3 de la *Loi sur la radiodiffusion*, ceux-ci contribuent à aggraver le problème, puisqu'ils ne prévoient pas de classement ni ne tentent de résoudre les incohérences, les ambiguïtés ou les conflits directs. Le fait d'avoir doublé le nombre d'objectifs pour le faire passer de dix à vingt n'a non seulement rien donné pour clarifier le fatras politique ou fournir au CRTC une orientation stratégique plus efficace, mais cela a renforcé l'autonomie du CRTC sur le plan politique.

Compte tenu de cette souplesse de mandat, il n'est guère étonnant qu'il y ait toujours une quantité considérable de différends quant au rendement des divers administrateurs du système de radiodiffusion canadien, à savoir à quel point ils se sont acquittés de leurs obligations à l'égard de l'intérêt public.

Le sénateur Jean-Robert Gauthier a soulevé ce point lorsqu'il a comparu devant le Comité afin de discuter du refus, par le CRTC, d'une demande présentée par TFO (le télédiffuseur ontarien d'émissions éducatives de langue française) afin que ses services soient offerts par la voie du câble au Québec. Comme l'a expliqué le sénateur Gauthier :

> Il serait également opportun que ce comité précise la notion d'intérêt public. [...] J'ai essayé [...] d'obtenir du CRTC qu'il me dise ce qu'il entend par « intérêt public ». On m'a dit ne pas avoir de définition. Je leur ai fait remarquer qu'ils avaient utilisé cela dans le cas de TFO comme argument final. Ils ont dit que ce n'était pas dans l'intérêt public d'accorder cette demande à TFO [...] Je leur ai dit que je ne comprenais pas [...] Alors, je leur ai dit que c'était à eux de définir ce qu'est l'intérêt public puisque [...] le chef, le *big boss*, comme on dit chez nous, le CRTC, avait utilisé cela comme argument. Je leur ai dit de définir pour moi ce qu'ils voulaient dire. Je comprends ce que veut dire « intérêt national », mais je ne comprends pas ce que veut dire « intérêt public ».

Bref, il semble que certains des objectifs en matière de radiodiffusion canadienne aient été délibérément laissés ouverts à diverses interprétations, tandis que d'autres ne se prêtent tout simplement pas à une définition précise. Le Comité estime qu'il n'est pas vraiment logique que notre système de radiodiffusion soit réglementé et supervisé selon des principes de base qui ne sont pas bien définis. Il reconnaît, toutefois, la nécessité de faire une distinction subtile entre les définitions vagues qui offrent la souplesse nécessaire et les définitions et les critères rigoureux qui conduisent à une microgestion excessive. Par conséquent, le Comité est d'avis que l'une des premières et des plus importantes tâches du nouveau ministère des Communications, ou du ministère du Patrimoine canadien en place, devrait consister à concevoir et à promouvoir un nouvel énoncé de principes en matière de radiodiffusion qui soit suffisamment précis pour que les citoyens et les administrateurs concernés puissent comprendre ce que l'on attend du système.

RECOMMANDATION 19.3 :

Le Comité recommande que le gouvernement responsable élabore un énoncé de principes détaillé et général pour le système de radiodiffusion du Canada. Cet énoncé de principes devrait élaborer l'article 3 de la *Loi sur la radiodiffusion* et comprendre les définitions appropriées des termes clés.

Qu'est-ce que l'intérêt public?

Depuis le début de la pensée politique, d'interminables débats et une quantité de livres ont été inspirés de différentes définitions des expressions « intérêt public » et « bien général ». Platon, dans *La République*, propose une réponse; dans *Le Prince*, Machiavel propose une approche complètement différente, tout comme l'ont fait les philosophes et penseurs politiques du 18e siècle, qui ont eu une très grande influence sur l'élaboration de nos notions modernes de la démocratie.

Le débat se poursuit au 20e siècle, tout comme il se poursuivra dans le siècle suivant. Les concepts de« 'intérêt public » ou de « bien général » sont tout de même clairs, surtout si l'on s'appuie sur un exemple se rapportant à un sujet comme la sécurité. Presque personne ne réfutera l'idée qu'il y a un « intérêt public » dans

Bref, il semble que certains des objectifs en matière de radiodiffusion canadienne aient été délibérément laissés ouverts à diverses interprétations, tandis que d'autres ne se prêtent tout simplement pas à une définition précise. Le Comité estime qu'il n'est pas vraiment logique que notre système de radiodiffusion soit réglementé et supervisé selon des principes de base qui ne sont pas bien définis. Il reconnaît, toutefois, la nécessité de faire une distinction subtile entre les définitions vagues qui offrent la souplesse nécessaire et les définitions et les critères rigoureux qui conduisent à une microgestion excessive. Par conséquent, le Comité est d'avis que l'une des premières et des plus importantes tâches du nouveau ministère des Communications, ou du ministère du Patrimoine canadien en place, devrait consister à concevoir et à promouvoir un nouvel énoncé de principes en matière de radiodiffusion qui soit suffisamment précis pour que les citoyens et les administrateurs concernés puissent comprendre ce que l'on attend du système.

RECOMMANDATION 19.3 :

Le Comité recommande que le gouvernement responsable élabore un énoncé de principes détaillé et général pour le système de radiodiffusion du Canada. Cet énoncé de principes devrait élaborer l'article 3 de la *Loi sur la radiodiffusion* et comprendre les définitions appropriées des termes clés.

Qu'est-ce que l'intérêt public?

Depuis le début de la pensée politique, d'interminables débats et une quantité de livres ont été inspirés de différentes définitions des expressions « intérêt public » et « bien général ». Platon, dans *La République*, propose une réponse; dans *Le Prince*, Machiavel propose une approche complètement différente, tout comme l'ont fait les philosophes et penseurs politiques du 18e siècle, qui ont eu une très grande influence sur l'élaboration de nos notions modernes de la démocratie.

Le débat se poursuit au 20e siècle, tout comme il se poursuivra dans le siècle suivant. Les concepts de« 'intérêt public » ou de « bien général » sont tout de même clairs, surtout si l'on s'appuie sur un exemple se rapportant à un sujet comme la sécurité. Presque personne ne réfutera l'idée qu'il y a un « intérêt public » dans

l'élaboration de lois réglementant la conduite automobile sur les routes et les autoroutes. Dans le même ordre d'idées, personne ne pense sérieusement que le « bien général » n'est pas accru par l'existence de lois gouvernant la circulation automobile. Des considérations similaires s'appliquent à la gestion du spectre des radiofréquences, qui suit un ensemble de règles analogues pour faciliter son utilisation. Personne ne propose sérieusement qu'un particulier soit libre de diffuser un signal radio sur les fréquences réservées à la navigation aérienne.

En radiodiffusion, l'intérêt public a été défini à toutes les sauces, allant de cette déclaration, désormais classique, de 1960 de Frank Stanton, un dirigeant de CBS : « Une émission qu'une grande partie de l'auditoire trouve intéressante est, par le fait même [...] dans l'intérêt public », à cet exemple beaucoup plus élaboré de l'autorité de réglementation australienne, Gareth Grainger : « L'intérêt public est l'intérêt que les gouvernements, les parlements et les administrateurs doivent accepter, du moins dans les nations gouvernées de façon démocratique, et refléter dans les lois, les politiques, les décisions et actions garantissant la paix, l'ordre, la stabilité, la sécurité de l'individu, la propriété, l'environnement, et les droits de l'homme pour le bien-être généralisé de la société et de la nation qui, par le biais de la constitution et des élections, permettent au citoyen individuel de renouveler et d'exprimer son accord et son consentement à être gouverné et administré de la sorte[25] ». De poursuivre Grainger : « après quatre-vingts années de diffusion, les questions d'intérêt public que l'on concevait au départ comme étant implicites dans l'usage du spectre de diffusion restent, en majeure partie, inchangées, bien que notre façon de les exprimer exige peut-être une reformulation[26] ».

G. Le mandat des organismes clés

Un autre domaine où un besoin pressant d'objectifs plus précis se fait sentir est celui du mandat et des responsabilités des organismes qui participent au système de radiodiffusion (p. ex., la SRC, Téléfilm Canada, l'ONF, le FCT et le CRTC). Par exemple, le mandat du CRTC gagnerait à être beaucoup plus précis qu'il l'est actuellement; le CRTC pourrait être contraint d'établir des rapports sur des aspects particuliers de sa

contribution au « système » à l'aide de termes plus précis que ceux dont il se sert aujourd'hui. De la même façon (comme on l'a noté au chapitre 5), le chevauchement des rôles du FCT et de Téléfilm Canada doit aussi être clarifié. Si les mandats étaient précisés, les rôles des conseils des organismes seraient mieux définis. La réduction du fardeau administratif des radiodiffuseurs et des producteurs indépendants constituerait également un avantage.

On peut faire les mêmes remarques à propos de la SRC. Son mandat est très général; le rapport entre sa mission et les objectifs prévus dans la *Loi sur la radiodiffusion* demeure ambigu et les citoyens exigent de savoir si la SRC contribue aux objectifs qui lui ont été fixés. Le fait qu'un certain nombre de témoins s'attendent à ce que la SRC réalise une quantité de choses, alors qu'elle n'a clairement pas les ressources nécessaires pour satisfaire les espoirs de tout le monde, constitue un problème connexe. En outre, plusieurs radiodiffuseurs, certains à but non lucratif et d'autres à but lucratif (p. ex., APTN, Vision ou Bravo) offrent la programmation qui répond aux attentes habituelles d'un radiodiffuseur public. Si d'autres radiodiffuseurs proposent une programmation appropriée qui informe, éduque et divertit, pourquoi s'attendrait-on à ce que la SRC produise la même chose sans tenir compte de ce que font les autres à l'intérieur du système?

Pour ces raisons, le Comité est d'avis que les mandats des organismes clés du système de radiodiffusion canadien doivent être clarifiés. Par conséquent, à la lumière des recommandations des chapitres 5 et 6 :

RECOMMANDATION 19.4 :

Le Comité recommande que les mandats de la SRC, de Téléfilm Canada, de l'ONF et du FCT soient liés de façon plus précise aux objectifs du système de radiodiffusion. En élaborant ces exigences, les responsables gouvernementaux devraient travailler de concert avec toutes les parties concernées et porter une attention particulière à la cohérence de l'approche vis-à-vis des résultats des rapports.

l'élaboration de lois réglementant la conduite automobile sur les routes et les autoroutes. Dans le même ordre d'idées, personne ne pense sérieusement que le « bien général » n'est pas accru par l'existence de lois gouvernant la circulation automobile. Des considérations similaires s'appliquent à la gestion du spectre des radiofréquences, qui suit un ensemble de règles analogues pour faciliter son utilisation. Personne ne propose sérieusement qu'un particulier soit libre de diffuser un signal radio sur les fréquences réservées à la navigation aérienne.

En radiodiffusion, l'intérêt public a été défini à toutes les sauces, allant de cette déclaration, désormais classique, de 1960 de Frank Stanton, un dirigeant de CBS : « Une émission qu'une grande partie de l'auditoire trouve intéressante est, par le fait même [...] dans l'intérêt public », à cet exemple beaucoup plus élaboré de l'autorité de réglementation australienne, Gareth Grainger : « L'intérêt public est l'intérêt que les gouvernements, les parlements et les administrateurs doivent accepter, du moins dans les nations gouvernées de façon démocratique, et refléter dans les lois, les politiques, les décisions et actions garantissant la paix, l'ordre, la stabilité, la sécurité de l'individu, la propriété, l'environnement, et les droits de l'homme pour le bien-être généralisé de la société et de la nation qui, par le biais de la constitution et des élections, permettent au citoyen individuel de renouveler et d'exprimer son accord et son consentement à être gouverné et administré de la sorte[illegible] ». De poursuivre Grainger : « après quatre-vingts années de diffusion, les questions d'intérêt public que l'on concevait au départ comme étant implicites dans l'usage du spectre de diffusion restent, en majeure partie, inchangées, bien que notre façon de les exprimer exige peut-être une reformulation[illegible] ».

G. Le mandat des organismes clés

Un autre domaine où un besoin pressant d'objectifs plus précis se fait sentir est celui du mandat et des responsabilités des organismes qui participent au système de radiodiffusion (p. ex., la SRC, Téléfilm Canada, l'ONF, le FCT et le CRTC). Par exemple, le mandat du CRTC gagnerait à être beaucoup plus précis qu'il l'est actuellement, le CRTC pourrait être contraint d'établir des rapports sur des aspects particuliers de sa

contribution au « système » à l'aide de termes plus précis que ceux dont il se sert aujourd'hui. De la même façon (comme on l'a noté au chapitre 5), le chevauchement des rôles du FCT et de Téléfilm Canada doit aussi être clarifié. Si les mandats étaient précisés, les rôles des conseils des organismes seraient mieux définis. La réduction du fardeau administratif des radiodiffuseurs et des producteurs indépendants constituerait également un avantage.

On peut faire les mêmes remarques à propos de la SRC. Son mandat est très général, le rapport entre sa mission et les objectifs prévus dans la *Loi sur la radiodiffusion* demeure ambigu et les citoyens exigent de savoir si la SRC contribue aux objectifs qui lui ont été fixés. Le fait qu'un certain nombre de témoins s'attendent à ce que la SRC réalise une quantité de choses, alors qu'elle n'a clairement pas les ressources nécessaires pour satisfaire les espoirs de tout le monde, constitue un problème connexe. En outre, plusieurs radiodiffuseurs, certains à but non lucratif et d'autres à but lucratif (p. ex., APTN, Vision ou Bravo!) offrent la programmation qui répond aux attentes habituelles d'un radiodiffuseur public. Si d'autres radiodiffuseurs proposent une programmation appropriée qui informe, éduque et divertit, pourquoi s'attendrait-on à ce que la SRC produise la même chose sans tenir compte de ce que font les autres à l'intérieur du système?

Pour ces raisons, le Comité est d'avis que les mandats des organismes clés du système de radiodiffusion canadien doivent être clarifiés. Par conséquent, à la lumière des recommandations des chapitres 5 et 6 :

RECOMMANDATION 19.4 :

Le Comité recommande que les mandats de la SRC, de Téléfilm Canada, de l'ONF et du FCT soient liés de façon plus précise aux objectifs du système de radiodiffusion. En élaborant ces exigences, les responsables gouvernementaux devraient travailler de concert avec toutes les parties concernées et porter une attention particulière à la cohérence de l'approche vis-à-vis des résultats des rapports.

H. Le mandat de l'autorité de réglementation

L'une des thématiques qui s'est dégagée lors de l'étude du Comité était la nécessité, pour le CRTC, de se servir des outils qui sont à sa disposition de façon plus efficace. Il devrait être un représentant plutôt qu'un acteur (c.-à-d. un exécutant plutôt qu'un décideur en matière de politique publique). En effet, certaines de ses fonctions demeurent absolument cruciales au développement permanent du système. À titre d'exemple, le processus des audiences publiques employé par le CRTC offre une certaine transparence et contribue, ainsi, à donner aux particuliers et aux institutions un aperçu de la façon dont les principes directeurs de la *Loi* sont soutenus.

Cela dit, peu de témoins ont loué le CRTC. M. Gary Farmer, président d'Aboriginal Voices Radio Inc., a été l'une des rares exceptions lorsqu'il a fait la remarque suivante :

> Heureusement qu'il y a [...] [le] CRTC. Celui-ci a toujours été notre plus grand partisan. Je sais que l'on dit beaucoup de choses sur lui, mais pour ce qui est de la radiodiffusion autochtone, c'est vraiment lui qui nous a amenés à la table ici. Ce n'est que grâce à lui que nous sommes ici aujourd'hui devant vous, grâce à ses contributions [...] Je veux remercier le CRTC[27].

De la même façon, M. Jacques Bensimon, commissaire du gouvernement à la cinématographie et président de l'Office national du film, a félicité le CRTC d'appuyer la programmation autochtone, à savoir l'Aboriginal People's Television Network, lors de sa comparution devant le Comité, lorsqu'il a fait l'observation suivante : « Grâce au CRTC, le réseau APTN est offert sur le service de base du câble[28] ».

Cependant, mis à part les encouragements peu enthousiastes pour le CRTC de la part des témoins qui représentaient le secteur de la production télévisuelle indépendante ainsi que des syndicats et des associations d'artistes, la plupart des commentaires à l'endroit du CRTC passaient par toute la gamme des expressions de colère, avec trop de plaintes et d'exemples à dénombrer au sujet des positions de principes incohérentes, de leur faible application,[29] de la prise de décisions sévères, de pratiques inefficaces et d'attentes rigoureuses. Par conséquent, un peu comme le Comité Davey a étiqueté, en 1970, « les critiques sournoises de la SRC [...] un passe-temps national[30] », il semble que l'autorité de

réglementation de notre système soit devenue la cible la plus facile à blâmer pour bon nombre des problèmes que connaît la radiodiffusion canadienne.

À titre d'exemple, plusieurs témoins ont fait remarquer que la programmation locale avait beaucoup souffert lorsque le CRTC avait levé son exigence de longue date selon laquelle chaque installation de télévision devait produire un nombre fixe d'heures par semaine d'émissions locales autres que les nouvelles. Comme M. Arthur Simmonds, représentant national, Syndicat canadien des communications, de l'énergie et du papier, a déclaré au Comité :

> Dans les quelques années qui ont suivi, la plupart des stations de télévision ont éliminé les émissions d'intérêt local autres que les émissions d'informations, se débarrassant ainsi des employés qui n'étaient pas affectés à la production d'émissions d'informations[41].

Un autre témoin, Bruce Wark, professeur agrégé de journalisme, University of King's College, s'est fait l'écho de cette perspective et a jeté davantage de lumière sur la situation critique de la programmation radiophonique locale. Il a donné l'explication suivante :

> En déréglementant les stations de radio privées, le CRTC a abandonné le gros de ses exigences en matière d'actualités et de service communautaire. L'obligation de la radio privée a été limitée à faire passer de la musique canadienne. Les stations ici ont réagi en éliminant les bulletins de nouvelles et les émissions d'affaires courantes, ce qui a reporté sur Radio-Canada la charge des émissions d'actualités et d'affaires courantes, plus coûteuses, ce aux frais des contribuables. En même temps, les budgets de la radio de Radio-Canada ont été saccagés et la radio de Radio-Canada consacre de ce fait le gros de son temps à diffuser la couverture des événements dans Halifax et Sydney et les environs dans le reste de la province[42].

Un autre domaine qui préoccupait certains témoins était la décision, rendue par le CRTC à la fin des années 1990, de retirer les règles relatives aux dépenses pour la programmation aux heures de grande écoute. Selon M. Mark Laing, président, La Guilde canadienne des réalisateurs :

> ... cela a poussé les radiodiffuseurs à consacrer de plus en plus de temps à des émissions toujours meilleur marché, des émissions de type « réalité », limitant en même temps la vitrine pour les

> émissions à caractère plus difficile, les émissions dramatiques canadiennes, qui ont une bien plus grande importance culturelle pour nous. C'était une erreur[...]

Dans la même veine, Mme Maureen Parker, directrice exécutive, Writers Guild of Canada, a fait la constatation suivante :

> Avec l'arrivée de dizaines de nouvelles chaînes spécialisées et la fragmentation des auditoires, les radiodiffuseurs ont de plus en plus recours à des séries documentaires peu coûteuses de style magazine pour meubler leur grille horaire. Un certain nombre de facteurs ont contribué à la baisse des émissions dramatiques et des documentaires d'opinion canadiens. Il y a notamment eu la politique sur la télévision que le CRTC a adoptée en 1999. Cette nouvelle politique imposait un minimum de huit heures par semaine d'émissions prioritaires canadiennes pendant les heures de grande écoute, mais elle élargissait du même coup la définition de programmation prioritaire de manière à y inclure des genres moins coûteux, comme les émissions régionales et les émissions de divertissement de type magazine[...].

M. Armand Dubois, journaliste au réseau TVA à Montréal, Conseil provincial du secteur des communications, Syndicat canadien de la fonction publique, a soutenu que les récentes décisions du CRTC sur la propriété et le fonctionnement des radiodiffuseurs communautaires avaient nui à la programmation communautaire. Il a fait la remarque suivante :

> La loi reconnaît que notre système de radiodiffusion est composé des éléments public, privé et communautaire, bien sûr. Le CRTC a-t-il oublié ce principe inscrit dans la loi? Ses dernières décisions n'ont certes pas contribué à solidifier et à assurer la pérennité de l'élément communautaire. Le CRTC s'est révélé incapable de renforcer la diversité culturelle qui est une des valeurs constitutives fondamentales du Canada. ... [L]a diversité des contenus, des formes et des idées peut s'articuler de manière créatrice ... [dans] le secteur communautaire. Or, que constate-t-on actuellement? Partout, les télévisions communautaires agonisent, quand elles ne sont pas déjà mortes[...].

Pour d'autres témoins, les préoccupations telles que celles qui sont énumérées ci dessus ne sont qu'un signe des temps qui changent. Comme l'a expliqué Mme Susan Peacock, vice-présidente, Association canadienne des distributeurs de films :

> La politique actuelle en matière de radiodiffusion, qui s'applique aux technologies plus conventionnelles ou plus traditionnelles, est fondée sur la capacité limitée du spectre et sur le coût élevé de la production et de la distribution d'un contenu destiné au plus large public [...] Quel que soit le fondement de la réglementation de la radiodiffusion [...], les préoccupations auxquelles elle répondait initialement n'ont plus de pertinence aujourd'hui[56].

Par exemple :

> Certaines d'entre elles ont été apaisées... [par] [l]es nouvelles technologies [qui] assurent un volume illimité de fréquences et des coûts considérablement moins élevés de production et de diffusion de contenu novateur et attrayant, ce qui permet de produire et de diffuser dans de bonnes conditions commerciales un contenu présentant un intérêt extrêmement limité par sa destination géographique ou par son sujet. Il devrait donc en résulter une variété beaucoup plus grande que dans le système de radiodiffusion actuel qui a besoin du plus vaste auditoire pour sa programmation à heures fixes[57].

C'est dans cette perspective que Mme Sheridan Scott, chef des affaires réglementaires chez Bell Canada, a observé que :

> Dans le contexte actuel, régi par des changements rapides et constants dans l'industrie des communications, il faudrait considérer une réforme procédurale ou structurelle du CRTC. Cette réforme devrait viser à restructurer le CRTC de manière à encourager la création et la mise en application d'une politique nationale cohérente en matière de radiodiffusion, lui permettant ainsi de fonctionner de façon plus efficiente et efficace[58].

Dans le même esprit, BCE a recommandé de clarifier le mandat du CRTC :

> ... en ce qui a trait aux questions de concurrence, soit par l'entremise du cabinet, ou par modification de la loi; et, enfin, d'harmoniser les pouvoirs et les procédures à la disposition du CRTC en matière de radiodiffusion et de télécommunications[59].

Solutions proposées

Outre le soutien que le CRTC apporte aux radiodiffuseurs autochtones et pour lequel il mérite d'être félicité, il est évident que la plupart des témoins

étaient, à différents degrés, en colère contre celui-ci et frustrés par ses pratiques. En fait, quatre des problèmes les plus souvent mentionnés étaient le résultat de récentes décisions sur les politiques du CRTC. Premièrement, le CRTC semble avoir semé la confusion en matière de radiodiffusion communautaire. Deuxièmement, il aurait modifié les définitions de la programmation prioritaire de façon arbitraire et telle que les nouvelles locales et les émissions dramatiques aux heures de grande écoute ont perdu de leur importance. Troisièmement, les décisions rendues dernièrement concernant les transactions relatives à la propriété croisée sanctionnaient la concentration des sociétés. Quatrièmement, le CRTC semble avoir perdu de vue ses objectifs culturels.

D'après le témoignage ci-dessus et étant donné certains des problèmes soulevés lors des visites sur place du Comité, il est aussi apparent que le CRTC impose un fardeau de réglementation déraisonnable (ou « fardeau administratif », pour reprendre les termes de l'article 5 la *Loi sur la radiodiffusion*) à certains exploitants d'entreprises de radiodiffusion. Parmi ces fardeaux, voici les quatre types les plus souvent mentionnés :

- la taille et les coûts du CRTC;
- la procédure de renouvellement de licence;
- la conformité aux conditions de licence qui ne tiennent pas compte des circonstances locales ou régionales;
- la microgestion.

Le rôle de l'autorité de réglementation

Comme nous l'avons remarqué plus haut, l'article 5 de la *Loi sur la radiodiffusion* déclare que « La réglementation et la surveillance du système devraient être souples et à la fois [...] tenir compte du fardeau administratif qu'elles sont susceptibles d'imposer aux exploitants d'entreprises de radiodiffusion. » **Compte tenu des éléments de preuve, le Comité estime qu'il est temps de restructurer le CRTC et de lui donner un nouveau mandat axé sur ses objectifs culturels.** Il ne faut pas lui donner un mandat si général qu'il devienne automatiquement responsable des politiques du système. Il ne doit pas non plus assurer une microgestion du système. Pour résumer, le CRTC devrait se concentrer

uniquement sur son rôle de surveillance et de réglementation, en tenant compte des objectifs culturels. Or, pour avoir une chance de réussir, les objectifs du système de radiodiffusion canadien doivent être clairement définis et il faut mettre en place un système de reddition de comptes qui donne un sens aux notions de tutelle et de surveillance du système. Pour ces motifs :

RECOMMANDATION 19.5 :

Le Comité recommande au gouvernement du Canada de réexaminer le mandat du CRTC afin de le recentrer sur ses objectifs culturels, de clarifier son rôle et d'établir des limites claires à son pouvoir de supervision, de réglementation, de création et de gestion des programmes. Cet examen devrait également tenir compte du rôle que doit tenir le CRTC à l'égard des autres organismes du système de radiodiffusion.

De surcroît, compte tenu des différentes questions touchant à la gouvernance et à l'imputabilité, le Comité s'inquiète du fait qu'il n'y ait pas de lien officiel entre le processus d'élaboration des politiques au sein du gouvernement et l'élaboration des réglementations par le CRTC. Ce sont peut-être là les processus les plus obscurs et les moins transparents de la gouvernance du système de radiodiffusion canadien. Par conséquent :

RECOMMANDATION 19.6 :

Le Comité recommande que, dans le cadre de la redéfinition du mandat du CRTC, le gouvernement du Canada exige que les règlements du CRTC soient examinés par le ministère approprié et approuvés par le gouverneur en conseil.

En effet, cette pratique est conforme à celles d'autres organismes de réglementation. Le Comité estime que cela soulignerait l'importance considérable de cette surveillance parlementaire.

Rôle du Bureau de la concurrence

Le Bureau de la concurrence est un organisme indépendant d'application de la loi qui veille à ce que les Canadiens et les Canadiennes profitent des

avantages d'une économie concurrentielle, de bas prix, d'un choix de produits et de services de qualité. Le commissaire de la concurrence voit à l'application de la *Loi sur la concurrence*, ainsi qu'à plusieurs autres lois fédérales qui réglementent les pratiques commerciales au Canada. Selon le site Web du Bureau :

> Le fait que la concurrence soit profitable tant pour les entreprises que pour les consommateurs est la principale hypothèse opérationnelle sur laquelle se fonde le Bureau de la concurrence.
>
> Une concurrence loyale contribue à un fonctionnement plus efficace de l'économie, permet aux entreprises de mieux s'adapter aux marchés mondiaux et d'y livrer concurrence, donne aux petites et moyennes entreprises une chance équitable de se faire concurrence et de participer à l'économie, fait bénéficier les consommateurs de prix concurrentiels, d'un bon choix de produits et de l'information dont ils ont besoin pour prendre des décisions d'achat informées, met en équilibre les intérêts des consommateurs et des producteurs, des grossistes et des détaillants, des acteurs de premier plan et de second plan, de l'intérêt public et de l'intérêt privé[40].

Dans son témoignage devant le Comité, M. Konrad Von Finckenstein, commissaire de la concurrence, a constaté que :

> Le CRTC ne devrait pas examiner de transactions dans le domaine de la radiodiffusion en fonction de la rentabilité commerciale. L'examen du CRTC devrait se concentrer uniquement sur l'impact que le fusionnement proposé aurait sur l'atteinte des principaux objectifs culturels : la production et la distribution du contenu canadien et, selon nous, de son corollaire logique, le maintien de la diversité des voix[41].

Le Comité partage cet avis, constatant qu'une préoccupation soulevée par les témoins était les différends existant entre le CRTC et le Bureau de la concurrence lorsqu'il s'agissait des acquisitions ou des fusionnements proposés. Par exemple, c'était le cas pour la récente proposition d'Astral, qui voulait acheter des stations de radio : le CRTC a accepté la proposition, mais le Bureau de la concurrence l'a remise en question. Astral a donc décidé de ne pas poursuivre la transaction.

En conséquence :

RECOMMANDATION 19.7 :

Le Comité recommande que, dans le cadre de son examen du mandat du CRTC, le gouvernement du Canada clarifie les responsabilités et les rôles respectifs du CRTC et du Bureau de la concurrence en matière de radiodiffusion.

Le Comité est tout à fait conscient qu'il ne relève pas de sa juridiction de formuler des commentaires sur les rôles et responsabilités du Bureau de la concurrence. Néanmoins, les deux organismes (le CRTC et le Bureau de la concurrence) doivent disposer de suffisamment de ressources pour assurer l'exécution de leurs mandats respectifs au sein du gouvernement du Canada. Pour cette raison :

RECOMMANDATION 19.8 :

Le Comité suggère que le Comité permanent de l'industrie conduise un examen du rôle et des exigences en ressources du Bureau de la concurrence en matière de concurrence au sein du système de radiodiffusion du Canada.

Réglementation du radiodiffuseur public national

Bien que le Comité soit conscient de l'existence d'un débat de longue date sur la réglementation de la SRC, il estime qu'il ne devrait pas incomber à l'autorité de réglementation de déterminer les rôles et les responsabilités du radiodiffuseur national. De surcroît, étant donné que la SRC est responsable devant le Parlement, le Comité estime qu'il serait très peu logique que le CRTC détienne le même pouvoir de surveillance sur la SRC que sur les autres radiodiffuseurs.

Un certain nombre de témoins ont questionné les tentatives, par le CRTC, d'exercer une microgestion sur la SRC. On peut illustrer le fait qu'il y ait un grave problème de microgestion en examinant une décision rendue dernièrement par le Conseil à l'égard de la télévision de langue anglaise de la SRC. Comme on l'a déjà noté, les modifications apportées en 1958 à la *Loi sur la radiodiffusion* séparaient de façon précise la gestion de la SRC du système de l'autorité de réglementation; autrement dit, le CRTC n'est pas

En conséquence :

RECOMMANDATION 19.7 :

Le Comité recommande que, dans le cadre de son examen du mandat du CRTC, le gouvernement du Canada clarifie les responsabilités et les rôles respectifs du CRTC et du Bureau de la concurrence en matière de radiodiffusion.

Le Comité est tout à fait conscient qu'il ne relève pas de sa juridiction de formuler des commentaires sur les rôles et responsabilités du Bureau de la concurrence. Néanmoins, les deux organismes, le CRTC et le Bureau de la concurrence, doivent disposer de suffisamment de ressources pour assurer l'exécution de leurs mandats respectifs au sein du gouvernement du Canada. Pour cette raison :

RECOMMANDATION 19.8 :

Le Comité suggère que le Comité permanent de l'industrie conduise un examen du rôle et des exigences en ressources du Bureau de la concurrence en matière de concurrence au sein du système de radiodiffusion du Canada.

Réglementation du radiodiffuseur public national

Bien que le Comité soit conscient de l'existence d'un débat de longue date sur la réglementation de la SRC, il estime qu'il ne devrait pas incomber à l'autorité de réglementation de déterminer les rôles et les responsabilités du radiodiffuseur national. De surcroît, étant donné que la SRC est responsable devant le Parlement, le Comité estime qu'il serait très peu logique que le CRTC détienne le même pouvoir de surveillance sur la SRC que sur les autres radiodiffuseurs.

Un certain nombre de témoins ont questionné les tentatives par le CRTC d'exercer une microgestion sur la SRC. On peut illustrer le fait qu'il y ait un grave problème de microgestion en examinant une décision rendue dernièrement par le Conseil à l'égard de la télévision de langue anglaise de la SRC. Comme on l'a déjà noté, les modifications apportées en 1958 à la *Loi sur la radiodiffusion* séparaient de façon précise la gestion de la SRC du système de l'autorité de réglementation, autrement dit, le CRTC n'est pas

le radiodiffuseur public national et il n'est pas chargé de sa gestion. Malgré cette séparation (que l'on a maintenue avec les lois de 1968 et de 1991), le renouvellement du 6 janvier 2000 par le CRTC pour la télévision de langue anglaise de la SRC (Décision CRTC 2000-1) comportait l'observation suivante :

> Le Conseil **encourage fortement** la SRC à octroyer davantage de ressources de production et de latitude aux directions régionales... (Paragraphe 17)[42]
>
> ... Le Conseil exige donc, par condition de licence, que le réseau de télévision de langue anglaise de la SRC diffuse au cours des heures de grande écoute, chaque année de la période d'application de la licence, un nombre minimal d'émissions prioritaires dont les prises de vue principales sont tournées à plus de 150 kilomètres de Toronto. (Paragraphe 24)
>
> ... Le Conseil s'attend donc [...] à réduire de 120 heures par année les émissions de sport professionnel, d'ici la fin de la période d'application de la licence, à augmenter de 60 heures par année les émissions de sport amateur, à compter de la première année de la nouvelle période d'application de la licence, à réévaluer tous les contrats de sports professionnels au moment de leur renouvellement. (Paragraphe 51)

L'aspect le plus intéressant de ces commentaires et conditions de licence réside dans le fait que ce sont toutes des responsabilités qui devraient incomber au conseil et à la direction de la SRC. En effet, il n'est pas très logique que l'autorité de réglementation en matière de radiodiffusion au Canada assume une microgestion du radiodiffuseur public national en lui disant où tourner les prises de vue principales, ce que doivent être les allocations du budget et les responsabilités des directeurs régionaux, et quel type d'émissions sportives diffuser[43].

Le Comité est préoccupé par l'incertitude excessive entourant la répartition des rôles et des responsabilités entre le conseil de la SRC et le CRTC. Le Comité est conscient qu'il s'agit d'un problème de longue date pour lequel il n'y a pas de solution facile. Le Comité a toutefois considéré deux approches possibles.

- Soustraire la SRC du pouvoir de réglementation du CRTC.

- Définir une relation nouvelle entre la SRC et le CRTC.

Bien que le fait de soustraire la SRC du pouvoir de réglementation présenterait des avantages, il limiterait probablement la relation d'indépendance entre le Conseil et le gouvernement, puisque le premier ne serait tenu de répondre de ses actes que devant le Parlement. Le Comité reconnaît aussi que le fait de retirer la SRC de la supervision réglementaire directe du CRTC soulève un certain nombre de questions clés. Par exemple, qui se chargerait des demandes de licence de la SRC, et selon quelle procédure? Si la SRC ne répond qu'au Parlement, est-ce qu'un comité permanent disposerait des ressources nécessaires pour déterminer à quel point la SRC remplit son mandat?

Il ne faut cependant pas oublier qu'une bonne partie du présent rapport a porté sur la nécessité de clarifier les mandats, les rôles, les responsabilités et les relations en matière reddition des comptes. Si on mettait en œuvre les recommandations du Comité sur ces questions, on réduirait considérablement ses préoccupations à propos des présentes circonstances. Cela dit, deux grandes préoccupations subsisteraient : le pouvoir du CRTC d'imposer des conditions de licence et la microgestion, par celui-ci, des décisions relatives à la programmation de la SRC.

Pour ces raisons, le Comité a conclu que l'on devrait éliminer le pouvoir du CRTC de soumettre la SRC à des conditions de licence. **Comme la *Loi sur la radiodiffusion* prévoit le mandat de la SRC et que le Parlement approuve la majeure partie de ses fonds, le Comité estime qu'il n'est pas du tout logique que le CRTC supervise le processus décisionnel du président et du conseil d'administration de la SRC**. Par conséquent :

RECOMMANDATION 19.9 :

Le Comité recommande que la surveillance réglementaire de la SRC par le CRTC soit limitée à l'approbation des nouvelles demandes de licence.

Dans le même esprit, la figure 19.1 indiquent les demandes de licence pour de nouveaux service de télévision, qui ont été refusées par le CRTC depuis quelques années. Comme tous ces services proposés s'inscrivent dans le mandat d'un diffuseur public, le Comité ne comprend pas pourquoi la Société s'est vu refuser ces services par le CRTC. En effet, les taux d'abonnement au câble et au satellite auraient permis de prendre en charge tous ces services, sans que la SRC n'ait à augmenter son crédit parlementaire.

Figure 19.1 Demandes de licences de la SRC pour de nouveaux services refusés par le CRTC

Année	Service	Décision du CRTC
1989	*Réseau de l'information* (RDI)	Refusée, 25 août 1989, CRTC Décision 89-599
1993	*Headline* (avec Baton)	Refusée, 6 juin 1994, CRTC Décision 94-287
1993	*Festival* (avec l'ONF et d'autres)	Refusée, 6 juin 1994, CRTC Décision 94-287
1996	*Southam Headline News* (avec Southam)	Refusée, 4 sept. 1996, CRTC Décision 96-618
1999	*Réseau de l'histoire*	Refusée, 21 mai 1999, CRTC Décision 99-113
1999	*Réseau de l'économie*	Refusée, 21 mai 1999, CRTC Décision 99-113
1999	*Réseau des arts*	Refusée, 21 mai 1999, CRTC Décision 99-113
1999	*Télé-classique* (avec TVA)	Refusée, 21 mai 1999, CRTC Décision 99-113

Remarque : La licence de RDI a été approuvée le 6 juin 1994 (CRTC Déc. 94-285); suite à une nouvelle demande, la licence d'ARTV (et ses partenaires) a été approuvée le 14 septembre 2000 (CRTC Déc. 2000-386).

Étant donné ces considérations :

RECOMMANDATION 19.10 :

Le Comité recommande au gouvernement fédéral d'inviter la SRC à soumettre un plan à l'étude du Parlement et du CRTC, afin d'élaborer ses besoins en matière de nouvelles licences pour la radio et la télévision.

Nécessité d'un organisme de réglementation fort

La discussion ci-dessous a également permis de souligner le besoin urgent de décider si le fonctionnement actuel du CRTC constitue un avertissement indiquant que les objectifs d'intérêt public en matière de radiodiffusion canadienne deviendront impossibles à appliquer en raison de la constante évolution de la radiodiffusion à l'échelle mondiale. Autrement, la même loi qui a facilité la création d'une alternative canadienne pour communiquer nos normes, nos valeurs et nos idéaux culturel, risque de continuer à perdre son efficacité, ce qui l'empêchera de satisfaire ses objectifs culturels par l'entremise du système de radiodiffusion. **En conséquence, le Comité réaffirme la nécessité de constituer un organisme de réglementation fort et indépendant pour surveiller l'application de la politique de radiodiffusion du Canada et superviser le système de radiodiffusion canadien.**

Le Comité estime que le CRTC doit avoir plus de pouvoir. Le problème est en partie dû au fait que le pouvoir du CRTC de révoquer les licences est trop radical pour s'avérer utile. De plus, les sanctions imposées (de

25 000 $ pour un individu à 500 000 $ pour une entreprise, par infraction) sont trop petites pour impressionner les gros conglomérats ou les multinationales. Comme l'a signalé un témoin, la situation actuelle place le CRTC dans une position délicate l'obligeant soit à révoquer une licence, soit à imposer une modeste amende aux radiodiffuseurs qui refusent de se conformer au règlement[44].

Une façon plus subtile d'assurer la conformité est de soumettre les radiodiffuseurs contrevenants à de nouvelles audiences. Pour les plus petites entreprises, les coûts de préparation des audiences peuvent être considérables. Dans le cas de gros conglomérats, cette dépense représente à peine une goutte d'eau. **Le Comité estime que le CRTC doit s'équiper de meilleurs outils.** Il propose donc au CRTC d'établir une échelle de sanctions, en fixant une amende maximale de 2 millions de dollars par infraction pour les entreprises, et de 50 000 $ pour les individus[45].

RECOMMANDATION 19.11 :

Le CRTC doit avoir le pouvoir d'infliger une plus grande gamme de sanctions, ainsi que des amendes plus importantes à ceux qui ne se conforment pas au règlement et d'appliquer, à son tour, ces infractions.

Par surcroît :

RECOMMANDATION 19.12 :

Le Comité recommande, qu'une fois l'examen du mandat du CRTC terminé, le gouvernement du Canada veille à ce que le CRTC dispose des ressources et de la souplesse nécessaires afin de s'acquitter de ses responsabilités redéfinies et clarifiées.

Cette souplesse devrait prévoir l'aptitude à fixer des niveaux de rémunération appropriés pour les cadres supérieurs du Conseil.

Figure 19.1 Demandes de licences de la SRC pour de nouveaux services refusés par le CRTC

Année	Service	Décision du CRTC
1989	*Réseau de l'information* (RDI)	Refusée, 25 août 1989, CRTC Décision 89-599
1993	*Headline* (avec Baton)	Refusée, 6 juin 1994, CRTC Décision 94-287
1993	*Festival* (avec l'ONF et d'autres)	Refusée, 6 juin 1994, CRTC Décision 94-287
1996	*Southam Headline News* (avec Southam)	Refusée, 4 sept. 1996, CRTC Décision 96-618
1999	*Réseau de l'histoire*	Refusée, 21 mai 1999, CRTC Décision 99-113
1999	*Réseau de l'économie*	Refusée, 21 mai 1999, CRTC Décision 99-113
1999	*Réseau des arts*	Refusée, 21 mai 1999, CRTC Décision 99-113
1999	*Télé-classique* (avec TVA)	Refusée, 21 mai 1999, CRTC Décision 99-113

Remarque : La licence de RDI a été approuvée le 6 juin 1994 (CRTC Déc. 94-285); suite à une nouvelle demande, la licence d'ARTV (et ses partenaires) a été approuvée le 14 septembre 2000 (CRTC Déc. 2000-386).

Étant donné ces considérations

RECOMMANDATION 19.10 :

Le Comité recommande au gouvernement fédéral d'inviter la SRC à soumettre un plan à l'étude du Parlement et du CRTC, afin d'élaborer ses besoins en matière de nouvelles licences pour la radio et la télévision.

Nécessité d'un organisme de réglementation fort

La discussion ci-dessous a également permis de souligner le besoin urgent de décider si le fonctionnement actuel du CRTC constitue un avertissement indiquant que les objectifs d'intérêt public en matière de radiodiffusion canadienne deviendront impossibles à appliquer en raison de la constante évolution de la radiodiffusion à l'échelle mondiale. Autrement, la même loi qui a facilité la création d'une alternative canadienne pour communiquer nos normes, nos valeurs et nos idéaux culturel risque de continuer à perdre son efficacité, ce qui l'empêchera de satisfaire ses objectifs culturels par l'entremise du système de radiodiffusion. **En conséquence, le Comité réaffirme la nécessité de constituer un organisme de réglementation fort et indépendant pour surveiller l'application de la politique de radiodiffusion du Canada et superviser le système de radiodiffusion canadien.**

Le Comité estime que le CRTC doit avoir plus de pouvoir. Le problème est en partie dû au fait que le pouvoir du CRTC de révoquer les licences est trop radical pour s'avérer utile. De plus, les sanctions imposées (de

25 000 $ pour un individu à 500 000 $ pour une entreprise par infraction) sont trop petites pour impressionner les gros conglomérats ou les multinationales. Comme l'a signalé un témoin, la situation actuelle place le CRTC dans une position délicate l'obligeant soit à révoquer une licence, soit à imposer une modeste amende aux radiodiffuseurs qui refusent de se conformer au règlement[11].

Une façon plus subtile d'assurer la conformité est de soumettre les radiodiffuseurs contrevenants à de nouvelles audiences. Pour les plus petites entreprises, les coûts de préparation des audiences peuvent être considérables. Dans le cas de gros conglomérats, cette dépense représente à peine une goutte d'eau. **Le Comité estime que le CRTC doit s'équiper de meilleurs outils.** Il propose donc au CRTC d'établir une échelle de sanctions, en fixant une amende maximale de 2 millions de dollars par infraction pour les entreprises, et de 50 000 $ pour les individus[12].

RECOMMANDATION 19.11 :

Le CRTC doit avoir le pouvoir d'infliger une plus grande gamme de sanctions, ainsi que des amendes plus importantes à ceux qui ne se conforment pas au règlement et d'appliquer, à son tour, ces infractions.

Par surcroît

RECOMMANDATION 19.12 :

Le Comité recommande, qu'une fois l'examen du mandat du CRTC terminé, le gouvernement du Canada veille à ce que le CRTC dispose des ressources et de la souplesse nécessaires afin de s'acquitter de ses responsabilités redéfinies et clarifiées.

Cette souplesse devrait prévoir l'aptitude à fixer des niveaux de rémunération appropriés pour les cadres supérieurs du Conseil.

I. Mesure et production de rapports

La radiodiffusion [...] représente un puissant moyen de communication qui s'adresse à l'ensemble du Canada tous les jours, toute l'année [...] À l'avenir, les organismes responsables de la politique nationale du Canada en matière de radiodiffusion doivent continuellement tenir le public canadien au courant des objectifs à atteindre en vertu de la politique établie par le Parlement et des moyens employés pour remplir ce mandat.

Commission royale d'enquête sur la radio et la télévision, 1957.

Établissement de rapports

Bien qu'il serait avantageux de clarifier les objectifs et de définir les principaux termes utilisés, un problème de taille demeure : il n'y a jamais eu, au Canada, d'organisme ayant le mandat de régulièrement évaluer le degré d'atteinte des objectifs fixés par la *Loi sur la radiodiffusion*. À vrai dire, ni le ministère du Patrimoine canadien ni le CRTC n'ont mené une analyse ou une évaluation du système de radiodiffusion depuis la *Loi sur la radiodiffusion* de 1991[40].

Ce dernier point est assez surprenant, étant donné les attentes élevées formulées par la *Loi*. Au bout du compte, si un rapport ou une évaluation sommaire avaient été régulièrement présentés au Parlement, ceux-ci seraient rapidement devenus de précieux outils pour les responsables des politiques, les législateurs et les administrateurs de notre système de radiodiffusion[41].

Ainsi, tout comme il est essentiel de définir les termes importants utilisés dans le contexte de discussions sur le système de radiodiffusion, il est également essentiel de s'entendre sur ce que doivent contenir ces rapports, qui doit les rédiger et à quel moment le faire. Pour simplifier, il est nécessaire d'établir un ensemble de règles cohérentes pour régir l'établissement des rapports, puis de décider de ce qui doit être mesuré et de la façon de procéder pour le faire.

Dans le cadre du travail élaboré par le Comité, les membres ont posé de nombreuses questions auxquelles les témoins ne pouvaient offrir de

réponse. Cela pourrait être dû en partie au fait que les témoins ne soient pas neutres eux-mêmes, puisqu'ils participent activement à une partie du système auquel ils tiennent tant. Toutefois, la raison plus générale est que l'information nécessaire pour répondre à cette question n'est tout simplement pas recueillie. Ce serait compréhensible si la participation du gouvernement au système de radiodiffusion était un phénomène récent, mais ce n'est pas le cas. Pour résumer, il y a peu ou pas de rapports sur plusieurs sujets d'intérêt pour le système de radiodiffusion canadien.

L'établissement de rapports est un élément critique de l'imputabilité. Comme le souligne un manuel canadien sur la reddition de comptes :

> Le terme *établir un rapport* fait référence à beaucoup plus que l'acte physique de rédiger le rapport. Il évoque le cadre théorique qui est à l'origine des rapports : déterminer l'auditoire et les besoins de ce dernier, les décisions en matière des rapports à établir, de la façon de faire et de la fréquence de l'établissement de ces rapports, ainsi que de l'étude de ce qu'il faut faire pour obtenir l'information que renfermeront les rapports. Établir un rapport de rendement peut et doit être distingué d'une évaluation de rendement [...] Le rendement est une notion liée aux accomplissements, qui dépendent eux-mêmes des capacités et de l'intention[48].

On pourrait espérer une meilleure situation lorsqu'il s'agit du travail des organismes individuels du système (la SRC, le CRTC et le FCT), toutefois ce n'est pas le cas. Les rapports annuels de ces groupes ont tendance à se concentrer sur les activités, mais non sur les questions de gestion publique ou de reddition des comptes. Ainsi, il existe une certaine mesure de ces activités, mais peu ou aucune mesure ni rapports sur les résultats. À cette lacune s'ajoutent des rapports sur le rendement à la fois inconsistants et inadéquats, souvent caractérisés par un manque de renseignements nécessaires, peu ou aucune orientation stratégique et une absence de qualité. **Le Comité remarque que les rapports annuels semblent être conçus de façon à donner la meilleure image possible des organismes, mais fournissent en fait très peu de renseignements liés à la satisfaction de leur mandat ou à leur contribution aux objectifs généraux du système de radiodiffusion.**

L'absence de tels renseignements a suscité plusieurs des questions posées par les membres du Comité aux témoins lors des audiences. Par exemple, lorsqu'on lui a demandé si le FCT mesurait l'impact des programmes qu'il appuyait, M. Richard Stursberg (alors président du Fonds) a déclaré :

> Nous ne participons pas à ce type de décisions ou mesures. Essentiellement, le radiodiffuseur octroie le fonds [...] Nous ne portons donc pas de jugement sur le contenu de ces produits, ce qui relève du domaine des radiodiffuseurs[49].

Pour résumer, nous pouvons dire que le système de radiodiffusion actuel a évolué de façon à ce qu'il n'y ait plus d'accord commun sur l'établissement de rapports de rendement. Cela signifie que l'exécutif ne peut exiger de rapports sans réexaminer la structure et le mandat des organismes qui forment une part considérable du système. L'honorable Flora MacDonald commentait l'un des aspects de ce problème lorsqu'elle a déclaré vers la fin des années 1980 que :

> Bien que les organismes de réglementation, dont le CRTC, nécessitent une indépendance considérable, le gouvernement, bien que très réticent, répond des actions du CRTC. L'autonomie du CRTC ne peut être telle qu'il ne soit responsable devant personne[50]. [*Traduction*]

Questions de mesure

Quelle que soit l'approche retenue pour améliorer l'établissement des rapports, la question de la mesure des résultats demeurera. Une caractéristique de l'évolution du système de radiodiffusion du Canada en tant que système culturel est l'extrême imprécision des termes employés. Une deuxième caractéristique est le lien très lâche entre les objectifs et les organismes qui soutiennent ces objectifs. Une troisième caractéristique est l'absence presque complète d'un ensemble de procédures d'évaluation et des outils requis pour déterminer l'état du système.

Il n'était pas très difficile de mesurer l'état ou le rendement du système entre les années 1930 et 1980, et les citoyens étaient certainement satisfaits de constater une présence canadienne. À l'époque du Groupe de travail Caplan-Sauvageau (milieu des années 1980), il était relativement facile de mesurer ce qui se produisait. Mais les auteurs du rapport Caplan-Sauveageau ne pouvaient certes pas prévoir l'effet des changements technologiques et la façon dont le système de radiodiffusion canadien réagirait à l'inévitable fragmentation des auditoires.

Par exemple, personne n'a songé à évaluer le nombre d'émissions pouvant être raisonnablement considérées comme « éducatives et informatives »

ou à recenser les canaux qui les offrent. Le plus souvent, les témoins qui ont comparu devant le Comité semblaient croire que les heures de grande écoute (19 h-23 h) correspondaient à la seule période d'écoute importante de la journée, et que l'écoute d'un canal particulier nous renseignerait sur la valeur de ce qui y est présenté.

De fait, la plupart des mesures en place actuellement permettent simplement d'établir des rapports sur un ensemble de catégories administratives et commerciales créées avant la révision de la *Loi* en 1991. Tel que noté au chapitre 4, les catégories administratives ne sont pas celles qu'utiliseraient les artistes, ni celles qu'utiliserait un Comité qui s'intéresse aux affaires culturelles. La part d'auditoire correspond actuellement à des chiffres et à des catégories conçues de façon à mesurer les habitudes d'écoute de l'auditoire pour les publicitaires.

Autrement dit, malgré le fait que les citoyens canadiens contribuent plus d'un milliard de dollars au système de radiodiffusion chaque année, il n'existe pas de statistiques pour les aider à déterminer le niveau de satisfaction des objectifs fixés par la *Loi*. Par ailleurs, comme personne n'est chargé de recueillir des données ou de faire des rapports, les données ne sont pas à la disposition de ceux qui doivent tenir le « gouvernail » du système.

Solutions proposées

Au milieu des années 1970, le gouvernement du Canada a raffiné le système d'établissement des rapports conçu afin de mesurer l'efficience et l'efficacité des programmes gouvernementaux. Il en a résulté deux importantes initiatives : la création du Bureau du contrôleur général et le guide du Conseil du Trésor sur l'évaluation des programmes.

En 1981, le gouvernement s'est engagé à fournir de plus amples renseignements au Parlement dans la Partie III du Budget des dépenses. Malgré de modestes améliorations apportées au système (les résultats de l'évaluation des programmes ont été ajoutés à la Partie II du Budget des dépenses en 1983), en 1992, le vérificateur général a observé que « l'information communiquée par les ministères n'était pas suffisamment exhaustive[51] ».

Au cours des 10 dernières années, le Secrétariat du Conseil du Trésor, le vérificateur général et la Fondation canadienne pour la vérification intégrée (FCVI) ont entrepris un travail important en vue d'améliorer l'établissement de rapports sur le rendement. Le vérificateur général a identifié les cinq critères de rendement suivants pour l'établissement des rapports :

- clarté du cadre organisationnel et des résultats stratégiques;
- clarté et précision des attentes de rendement;
- comparaison des résultats clés des rapports et des attentes fixées;
- crédibilité et fiabilité de l'information sur le rendement;
- démonstration de l'utilisation de l'information sur le rendement.

Entre-temps, le Secrétariat du Conseil du Trésor a identifié les principes directeurs suivants pour la rédaction de rapports sur le rendement :

- brosser un tableau cohérent et équilibré du rendement qui est à la fois bref et pertinent;
- viser essentiellement les résultats;
- relier le rendement aux engagements antérieurs et expliquer les changements;
- mettre le rendement en contexte;
- relier les ressources aux résultats stratégiques;
- expliquer pourquoi le public peut avoir confiance dans la méthode et les données utilisées pour appuyer le rendement.

Le vérificateur général indique que les six principes du Conseil du Trésor répondent à ses propres critères de rendement. Pourtant, une très petite partie de l'information répondant à ces principes et à ces critères est produite par les organismes financés par le gouvernement fédéral qui participent au système de radiodiffusion. En effet, **le Comité se voit obligé de conclure que la SRC, Téléfilm Canada, l'Office national du film, le CRTC, les ministères responsables (Industrie et Patrimoine**

Canada) et le FCT ne produisent pas de rapports satisfaisant aux critères et principes du vérificateur général ou du Conseil du Trésor. Pour ces motifs :

RECOMMANDATION 19.13 :

Le Comité recommande d'établir une nouvelle politique de radiodiffusion définissant des buts et des objectifs clairs et mesurables, ainsi qu'une procédure d'évaluation et de reddition des comptes.

Bien que le système général de mesure et d'établissement de rapports sur le rendement pourrait, au mieux, être décrit comme étant inadéquat, le Comité souhaite féliciter l'Association canadienne de production de film et télévision (ACPFT) pour son rapport *Profil 2003*, qui représente une importante contribution de renseignements pertinents sur la production de film et télévision. Le Comité reconnaît également le travail accomplit par le CRTC dans ses trois premiers Rapports de surveillance de la politique sur la radiodiffusion. Bien qu'il reconnaisse volontiers ces importantes initiatives, le Comité demeure convaincu qu'il existe encore un grand besoin d'amélioration. En conséquence :

RECOMMANDATION 19.14 :

Le Comité recommande que les exigences liées à la surveillance du rendement qui correspondent aux exigences du Conseil du Trésor du gouvernement du Canada et sont liées aux objectifs du système de radiodiffusion soient ajoutées aux mandats de la SRC, de Téléfilm Canada, de l'Office national du film et de la partie du FCT qui est financée par des fonds publics.

Renseignements précis et en temps opportun

Une des préoccupations exprimée par les membres du Comité est l'absence de renseignements précis fournis en temps opportun qui permettraient de comparer l'état du système de radiodiffusion du Canada à celui d'autres pays. Cette absence d'information est au cœur du défi de gestion publique que doit relever le système de radiodiffusion du Canada. En effet, les ministères, conseils et organismes ont besoin de cette

information pour s'acquitter de leurs responsabilités, déterminer ce que représente de l'information raisonnable pour une bonne gestion publique, être capable d'agir en conséquence et établir des rapports sur l'efficacité de l'organisme[52]. Toutefois, comme ces groupes sont indépendants du gouvernement, il est nécessaire d'établir un mécanisme permettant aux parties de s'entendre sur la façon de définir, recueillir et partager l'information de manière continue. En conséquence :

RECOMMANDATION 19.15 :

Le Comité recommande aux ministères responsables et toutes autres parties intéressées de mettre en place un mécanisme permettant de recueillir, en temps opportun, des mesures de rendement pertinentes et comparables sur le système de radiodiffusion canadien. Ce mécanisme doit comprendre des mesures permettant de comparer le rendement du système de radiodiffusion canadien à celui d'autres pays.

Ce système doit comprendre la liste complète et détaillée des responsabilités de chaque organisme, ainsi que la façon dont ceux-ci s'échangent de l'information et établissent des rapports sur leurs contributions au système de radiodiffusion. De surcroît :

RECOMMANDATION 19.16 :

Le Comité recommande aux représentants des ministères et organismes responsables de former un comité de la mesure et des rapports sur la radiodiffusion afin de créer un cadre de travail et un système de mesure pour la reddition des comptes.

J. Surveillance du système canadien de radiodiffusion

Une autre question déterminante est de savoir si les institutions qui appliquent la Loi ont rempli leur mandat public, et si l'esprit de la *Loi* est respecté. **Le Comité est convaincu que certains des objectifs de la *Loi* n'ont pas été appliqués et implantés de manière appropriée.** Toutefois, il est essentiel de souligner qu'il n'existe actuellement aucun mécanisme en

place pour permettre au Parlement de déterminer si les objectifs de la *Loi* ont été atteints. Les problèmes révélés par l'étude du Comité démontrent que l'application de la *Loi* devrait être surveillée régulièrement.

Une façon de procéder serait de créer un contrôleur de la radiodiffusion canadienne. Le travail du contrôleur (réalisé par un bureau doté d'un petit personnel et d'un budget raisonnable pour se charger d'études indépendantes) consisterait à rendre des comptes chaque année sur l'état du système de radiodiffusion au Parlement et au Comité du patrimoine, en se fondant sur les objectifs énoncés dans la *Loi sur la radiodiffusion*. Le Bureau du contrôleur agirait en tant que système de détection précoce dont le rôle serait d'identifier les problèmes, de soulever des préoccupations et de poser les questions difficiles, soit un rôle semblable à celui de Condition féminine Canada, du Commissariat à l'information du Canada ou du Commissariat à la protection de la vie privée du Canada, par exemple.

Le contrôleur de la radiodiffusion serait chargé de surveiller et d'établir des rapports afin de déterminer si les ministères et les organismes ont appliqué et atteint les objectifs fixés par la *Loi sur la radiodiffusion*, ou par une loi connexe. Cela comprendrait l'évaluation de la qualité et de la pertinence des systèmes de mesure et d'évaluation des rapports établis par les ministères et les organismes appropriés.

Activités de surveillance — Environnement et développement durable

Dépense prévue : 2,3 M $ en 2001-2002, 2,5 M $ en 2002-2003.

Il incombe à la commissaire à l'environnement et au développement durable de surveiller et d'établir des rapports sur la mise en œuvre des plans d'action des ministères et organismes et sur l'atteinte des objectifs de leurs stratégies de développement durable. La commissaire se charge également d'effectuer des vérifications de l'optimisation des ressources, de mener des études sur des questions liées à l'environnement et au développement durable et de surveiller la procédure qui permet au public de présenter des requêtes aux ministères du gouvernement sur des questions environnementales. La commissaire a un personnel d'environ 35 employés.

Source : Bureau du vérificateur général du Canada, Budget des dépenses 2002-2003. Rapport sur les plans et les priorités.

Pour diverses raisons, le Comité est convaincu que l'approche la plus logique serait de situer le contrôleur au sein du Bureau du vérificateur général. Le contrôleur pourrait fonctionner de la même façon que la commissaire à l'environnement et au développement durable (voir encadré ci-dessus), qui est intégré au Bureau du vérificateur général. Le Comité estime que le niveau de ressources exigé ne devrait pas être supérieur à celles de la commissaire à l'environnement et au développement durable (2-3 M $ par année), et que le contrôleur bénéficierait de l'actuel savoir-faire du Bureau du vérificateur général. **Le Comité croit fermement que la création d'un contrôleur de la radiodiffusion canadienne permettrait de résoudre plusieurs problèmes liés à la gouvernance et à l'atteinte des objectifs, tel que déterminé dans ce rapport.** Ainsi :

RECOMMANDATION 19.17 :

Le Comité propose de créer un contrôleur de la radiodiffusion canadienne qui serait intégré au Bureau du vérificateur général et dont le rôle serait d'établir des rapports annuels afin de déterminer si les objectifs de la *Loi sur la radiodiffusion* ont été atteints.

Notes en fin de chapitre

1 Richard J. Schultz. *Le fonctionnement et l'efficacité du Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes*, préparé pour le Comité permanent du patrimoine canadien, p. 28.
2 G. Leclerc, W. David Moynagh, Jean-Pierre Boisclair et Hugh R. Hanson, *Reddition de comptes, rapports sur la performance et vérification intégrée*, FCVI-CCAF, Ottawa, 1996, p. 8.
3 Adapté de G. Leclerc et coll., *Ibid.*
4 *Ibid.*, p. 9.
5 *Ibid.*, p.16.
6 Dans un document récent, le professeur Schultz imputait ce problème à « la facilité relative de l'évasion technologique » dans le secteur canadien des communications. Voir Richard Shultz (département des sciences politiques, Université McGill), « From Master to Partner to Bit Player: The Diminishing Capacity of Government Policy », document destiné à la publication *How Canadians Communicate 2001-2002*, Université de Calgary.
7 R. Schultz, *Le fonctionnement et l'efficacité du Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes*, p. 16.
8 *Ibid.*, p. 27-28.
9 Les chapitres 3, 4, 5, 9 et 19 abordent à divers endroits les problèmes de définition et de mesure.
10 *Deuxième rapport du Comité spécial sur la réforme de la Chambre des communes* (Ottawa, Chambre des communes) 1985, p. 6.
11 Voir Leclerc et coll., *op. cit.*, p. 45.
12 Frank Foster, *Broadcasting Policy Development* (Ottawa, Franfrost Communications, 1982), p. 212.
13 Réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, 20 novembre 2001.
14 *Ibid.*
15 Charles Dalfen est devenu le nouveau président du CRTC en janvier 2002.
16 Réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, 22 novembre 2001.

17 *Ibid.*
18 Réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, 20 novembre 2001.
19 Plusieurs articles de la *Loi sur la radiodiffusion* (les articles 26 et 36, par exemple) accordent des pouvoirs généraux au gouverneur en conseil. Ceux-ci permettent au gouvernement de demander au CRTC de réexaminer une décision ou de prendre des mesures précises. Le chapitre 18 traite des conséquences de cette attribution de pouvoirs au gouverneur pour l'ensemble de la gestion du système de radiodiffusion canadien.
20 Voir, par exemple, les pages 44 à 47 *Appartenance et identité : L'évolution du rôle du gouvernement fédéral pour soutenir la culture au Canada*, rapport du Comité permanent du patrimoine canadien (Ottawa, Chambre des communes, 1999).
21 Parler d'objectifs et de sous-objectifs peut paraître un peu ennuyeux, mais il faut bien avoir recours à une méthode pour décrire la différence entre des objectifs très généraux à atteindre (« renforcer la structure culturelle ») et la réalité pratique de leur réalisation (accroissement de l'auditoire des dramatiques canadiennes de langue anglaise).
22 Voir l'alinéa 3(1) de la *Loi sur la radiodiffusion* de 1991. Le chapitre 6 discute également en détail de cette question de définir le terme « régional ».
23 R. Schultz, *Le fonctionnement et l'efficacité du Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes*, p. 28.
24 Réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, 9 avril 2002.
25 Conférence commémorative Spry 1999, www.fas.umontreal.ca.
26 *Ibid.*
27 Réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, 30 avril 2001.
28 Réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, 29 novembre 2001.
29 Parler d'un faible mécanisme d'exécution est peut-être une façon indirecte de soutenir le rôle du CRTC dans l'application de la politique de radiodiffusion du Canada, mais il ne faut sans doute pas y voir une sorte de louange.
30 *Le miroir équivoque*, rapport du Comité spécial du Sénat sur les moyens de communications de masse (Ottawa, Imprimeur de la Reine, 1970), p.195.
31 Réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, 25 février 2002.
32 Réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, 30 avril 2002.
33 *Ibid.*
34 Réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, 21 mai 2002.
35 *Ibid.*
36 *Ibid.*
37 *Ibid.*
38 Réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, 7 mai 2002.
39 *Ibid.*
40 http://strategis.ic.gc.ca/SSGF/ct01254f.html.
41 Réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, 7 mai 2002.
42 Les caractères gras sont dans le texte original.
43 Ces observations du CRTC sont intéressantes à double titre parce qu'elles ont été faites à une époque où la SRC s'efforçait encore de s'adapter aux fortes réductions de ses crédits parlementaires.
44 Il y a un problème avec les amendes : elles constituent des accusations au criminel, où il faut démontrer l'intention. Les spécialistes de l'industrie ont semblé avoir négligé ce point.
45 Pour fins de comparaisons, consulter les lignes directrices de la Commission fédérale des communications des États-Unis : *Guidelines for Assessing Forfeitures* www.fcc.gov.
46 Depuis 2000, le CRTC a commencé à distribuer tous les ans un *Rapport de surveillance de la politique sur la radiodiffusion*. Toutefois, ce document ne fournit pas de données brutes très utiles sur le système et son profil économique, et ne constitue donc pas une évaluation détaillée de la *Loi* ni du système. Par exemple, le sous-alinéa 3(*d*)(iii) de la *Loi sur la radiodiffusion* déclare que le système devrait offrir des possibilités « en matière d'emploi », mais le *Rapport de surveillance* n'en fait aucune mention.
47 Même si ces objectifs étaient plus clairement définis, il n'existe aucune méthode communément acceptée pour déterminer la valeur d'un service public. [Traduction] « Au cours des dernières années, les gouvernements se sont battus pour déterminer le montant à dépenser sur les services publics, les éléments les plus précieux de ces services et si les programmes offraient une valeur supérieure à celle obtenue si le service était fourni par le secteur privé ». Adam Finn, Stuart

McFadyen, Colin Hoskins et Maureen Hupter, *Quantifying the Sources of Value of a Public Service*, Journal of Public Policy and Marketing, automne 2001, p. 225-239.

48 G. Leclerc et. coll., p. 99.

49 Réunion du Comité permanent du patrimoine canadien, 27 novembre 2001.

50 Robert MaCauley, *«Practice and Procedure Before Administrative Tribunals»*, Volume 2 (Toronto, Carswell, 1991), p. 32-39.

51 Voir le chapitre 6 du *Rapport du vérificateur général du Canada pour un historique* détaillé.

52 La Fondation canadienne pour la vérification intégrée (FCVI) offre plusieurs publications qui traitent des liens existant entre la gestion publique et l'information. Par exemple : *L'Information — Monnaie d'échange de la gouverne d'entreprise* (Ottawa, CCAF-FCVI), 1998.

ORIENTATION DU SYSTÈME

Chapitre 20

Conclusion

La seule constante en radiodiffusion, c'est le changement. L'invention de la radio par Reginal Fessenden en 1900 a été suivie d'une longue série d'inventions et d'améliorations qui ont permis à la radio et, plus tard, à la télévision de joindre presque tous les ménages du Canada. L'une des plus impressionnantes percées accomplies récemment est probablement l'instauration de services par satellite de radiodiffusion directe (SRD) dont la qualité et la portée sont les mêmes pour tous les abonnés, que ceux-ci se trouvent sur la côte du Labrador, dans la péninsule de l'Ungava, dans l'extrémité nord de l'île de Vancouver ou dans les grands centres comme Montréal, Toronto et Vancouver.

Toutefois, comme il est répété dans le rapport, la capacité d'offrir une vaste gamme de services de radiodiffusion à tous les Canadiens comporte de nouveaux défis. Par exemple, l'utilisation de nouvelles technologies ont marginalisé des services comme les services de télévision locale et communautaire. Ainsi, là où certains ont retiré des avantages, d'autres en ont perdu. C'est pourquoi il faut porter une attention minutieuse aux programmes de soutien et de réglementation qui se rattachent au système de radiodiffusion.

Malgré ces défis, les Canadiens jouissent incontestablement d'une vaste gamme de services de radiodiffusion de nos jours. De plus, le Comité est convaincu que les recommandations formulées dans le présent rapport contribueront à corriger les problèmes qui se posent dans certaines régions. Par exemple, même si les témoins ont soulevé des préoccupations fondées au sujet de la radio et de la télévision communautaires, le Comité est convaincu que ces questions peuvent être réglées en apportant les modifications qui s'imposent à la politique.

Il faut toutefois se rappeler qu'un grand nombre de nouveaux services actuellement offerts aux Canadiens multiplieront sans doute les difficultés que comportent la gestion et la réglementation de notre système de radiodiffusion. Cela ne veut pas dire qu'il n'est plus possible de gérer le système, au contraire. Le Comité voit la gestion comme un élément essentiel du système canadien de radiodiffusion et il signale qu'il existe un dénominateur commun des études précédentes et des nouvelles versions de la *Loi sur la radiodiffusion*, à savoir l'idée selon laquelle le gouvernement a

un rôle important à jouer pour assurer que les Canadiens ont un choix varié d'émissions canadiennes.

Dans un certain sens, l'objectif relatif à l'augmentation des choix a été atteint. Les Canadiens ont plus de choix de programmation que jamais auparavant. Mais le choix, comme les améliorations de la technologie, est une épée à deux tranchants. Il est avantageux d'avoir un grand choix, par contre, il n'a jamais été aussi difficile d'attirer les auditeurs canadiens à des émissions canadiennes. Malgré tout, en dépit d'une concurrence féroce et d'une augmentation en apparence sans fin des choix offerts, les Canadiens continuent d'écouter une grand nombre d'émissions canadiennes de nouvelles, de sport et pour enfants.

Cela étant dit, en raison de facteurs qui ne peuvent être reproduits au Canada anglais, les producteurs d'émissions de langue française ont pu réaliser un large éventail d'émissions de télévision très attrayantes pour les auditoires de langue française et très populaires auprès d'eux. En conséquence, depuis plus de 10 ans, les 20 émissions de télévision les plus populaires au Canada français sont des émissions canadiennes. La situation ne peut et n'a jamais pu se produire au Canada anglais où les émissions ont toujours dû livrer concurrence à des émissions américaines. Nous avons toutefois instauré une série de règlements et de mesures de financement qui ont permis d'accroître la production et la diffusion d'émissions dramatiques et documentaires canadiennes. Par extension, ces mesures ont entraîné une augmentation modeste des auditoires d'émissions dramatiques de langue anglaise.

C'est peut-être là l'un des plus grands défis que doivent relever les décideurs, les organismes de réglementation et les contrôleurs du système canadien de radiodiffusion. La production de dramatiques est coûteuse et la concurrence sur le marché canadien de langue anglaise est vive et le sera toujours. Le Comité est toutefois convaincu qu'un financement adéquat, associé à un cadre de réglementation satisfaisant permettra d'assurer la production de dramatiques canadiennes de qualité qui attireront de nombreux auditeurs

Le secteur de la production indépendante capable de produire des émissions de télévision de calibre international a connu une croissance extraordinaire depuis que des révisions ont été apportées à la *Loi sur la radiodiffusion* en 1991. Au cours des 10 dernières années, le secteur de la production indépendante a connu une croissance beaucoup plus rapide que celle de l'économie canadienne et il procure aujourd'hui des emplois

directs et indirects à des milliers de personnes. La croissance de ce secteur est l'une des nombreuses histoires de réussite qu'il faut souligner. De plus, le Comité est convaincu que le secteur de la production indépendante sera essentiel au renforcement de la capacité du Canada de produire des émissions de télévision de calibre international.

Aux mesures de financement, aux règlements et à un solide secteur de la production indépendante doivent s'ajouter d'autres initiatives. Le succès que connaissent les émissions de télévision de langue française est dû en partie à la promotion dynamique des vedettes; il est donc difficile d'imaginer que les dramatiques de langue anglaise puissent connaître le même succès sans faire l'objet d'un appui et d'une promotion semblables.

La production d'émissions de télévision est une entreprise coûteuse, et la conjoncture nous oblige à le reconnaître. D'ailleurs, les multiples commissions royales, comités parlementaires et groupes de travail sur la radiodiffusion ont tous reconnu la chose. Déjà, en 1957, la Commission royale d'enquête sur la radio et la télévision, présidée par M. Robert Fowler, s'est servie d'une longue liste d'observations similaires sur cette question, notamment les suivantes :

> La nation a évidemment intérêt à ce que la télévision au Canada soit essentiellement canadienne et qu'elle diffuse en forte proportion des émissions produites par des Canadiens. Il est hors de doute que cette formule sera plus coûteuse[1].
>
> Si nous voulons une nourriture culturelle plus abondante et de meilleure qualité, nous devons en payer le prix[2].
>
> Votre comité n'ignore pas que, du point de vue économique, il n'est pas facile de produire de bonnes émissions de télévision au Canada. Il n'ignore pas non plus que la distribution à l'échelle nationale de telles émissions dans notre pays coûte cher[3].
>
> Votre comité n'oublie pas l'importance de la télévision. [...] Toutefois, les témoignages recueillis par votre comité corroborent sa manière de voir : la télévision est un moyen de communication dispendieux et compliqué[4].

Par la suite, la Commission a adopté « deux idées, sans ambiguïté ni réserve : les Canadiens veulent que la diffusion soit canadienne et ils sont prêts à en faire les frais »[*]. Cinquante ans d'expérience en radiodiffusion plus tard, le Comité abonde dans le même sens, tout en étant convaincu que la volonté de cerner les circonstances changeantes et de s'y adapter rapidement est nécessaire pour relever le défi.

Nous le répétons : la production d'émissions de télévision est onéreuse. En outre, plusieurs années s'écoulent avant qu'une nouvelle émission ne soit présentée au petit écran. Pour ces raisons, entre autres, le financement de ces productions n'est pas particulièrement compatible avec le système de planification financière annuelle du gouvernement du Canada. Même si le Comité accepte pleinement que le Parlement est l'institution suprême, il estime qu'il y aurait lieu de trouver des mécanismes pour assurer un financement [illegible]ble et à long terme aux principaux organismes fédéraux qui appuient la production d'émissions de télévision (c.-à-d. la SRC, le FCT, Téléfilm Canada et l'ONF).

S'ils recevaient un financement stable et à long terme, ces organismes seraient mieux en mesure de remplir le mandat que leur a confié le Parlement. Toutefois, cela ne veut pas dire qu'ils rendraient moins souvent compte au Parlement. Au contraire, le Comité est convaincu que les mandats doivent être mieux définis et que les exigences en matière de reddition de comptes doivent être modifiées et améliorées considérablement.

De précédents comités et de précédentes commissions royales ont soulevé à maintes reprises les questions de financement stable, de mandats clairs et de présentation de rapports au Parlement. En soi, aucune de ces questions n'est particulièrement nouvelle et ne devrait d'ailleurs pas étonner. Elles sont toutefois plus importantes que jamais compte tenu des nouveaux enjeux du système canadien de radiodiffusion.

À long terme, le système devra faire face à des problèmes plus épineux. Certains de ces problèmes se rattachent à la gestion du passage de la technologie analogique à la technologie numérique. Il faudra faire preuve de détermination, de volonté à travailler avec des intervenants clés du système de radiodiffusion et d'une capacité de réagir rapidement, de faire des expériences, de tirer des leçons des erreurs et de s'adapter. Ce sera difficile, mais le Comité est convaincu que c'est possible.

Le Comité est peut-être davantage préoccupé par la gestion globale du système canadien de radiodiffusion. Même si le Canada a édifié d'ingénieux systèmes de soutien tels que la SRC, Téléfilm Canada, le FCT et un cadre de réglementation complexe, il n'a pas réussi à créer un système dont les différents éléments forment un tout harmonieux. Le Comité reconnaît que la situation ne résulte pas d'une mauvaise volonté ou d'une intention délibérée, mais plutôt de l'évolution particulière du système au fil du temps. Comme il est mentionné à plusieurs reprises dans le présent rapport, le système canadien de radiodiffusion analysé dans le cadre de l'étude n'a pas été conçu volontairement, mais il est plutôt le résultat de son évolution.

Nous pouvons et nous devrions saluer nos réussites. Toutefois, le Comité croit que la période de changement qui s'annonce sera plus exigeante et difficile que les précédentes et ce, pour deux raisons. Tout d'abord, nous avons déjà la capacité de distribuer encore plus d'émissions de radio et de télévision. Au début de l'étude, il était possible de s'abonner à plus de 100 canaux de télévision. Depuis, plus de 50 nouveaux services de télévision numérique ont été lancés. Aujourd'hui, il est possible de s'abonner à plus de 350 canaux. La prolifération de canaux entraînera une fragmentation encore plus grande de l'auditoire. Elle pourrait également contribuer à l'éventuelle disparition des réseaux conventionnels tels que nous les connaissons depuis 50 ans.

Deuxième sujet de préoccupation : de par sa structure actuelle, le gouvernement est mal outillé pour relever les défis qui se poseront dans un avenir prochain. Le système de radiodiffusion et toutes les entreprises et les personnes qui le composent sont simplement trop vastes et trop importants pour le Canada pour ne faire l'objet que d'une série de mesures spéciales. De plus, comme l'indique le présent rapport, la qualité et l'opportunité de l'information obtenue laissent grandement à désirer. En outre, la gestion du système et de chacune de ses composantes comporte de graves problèmes.

Le fait de régler un ou deux de ces problèmes ne permettra vraisemblablement pas d'arriver aux résultats que le Comité ou les Canadiens dans leur ensemble souhaitent obtenir ou auxquels ils s'attendent. C'est pourquoi le Comité a recommandé un examen et une réorganisation radicale de parties importantes de l'actuelle structure de gestion. En effet, le Comité est d'avis que, si nous acceptons le statu quo, nous risquons de dissiper les gains des 70 dernières années.

Il est douteux qu'un grand nombre de Canadiens soient intéressés par l'histoire de la politique de radiodiffusion, les subtilités de la réglementation ou la différence entre une entreprise de radiodiffusion et une entreprise de distribution de radiodiffusion. Il est aussi peu probable que le Canadien moyen s'intéresse aux antennes, au câble ou aux fibres optiques et aux principes physiques sous-jacents. Les règlements et la politique de radiodiffusion sont peut-être nécessaires et le matériel et les logiciels le sont assurément, mais en général, les gens s'intéressent à la programmation : musique, comédie, dramatiques, sport, variétés, dessins animés, nouvelles et météo.

Bien que les défis à relever soient de taille, le Comité est convaincu que les Canadiens ont l'énergie et le talent nécessaires pour y arriver. Le gouvernement devra jouer son rôle de concert avec les intervenants clés du système de radiodiffusion. Ainsi, même si les défis sont importants, le Comité partage le point de vue mis de l'avant par la Commission royale d'enquête sur la radio et la télévision en 1957 :

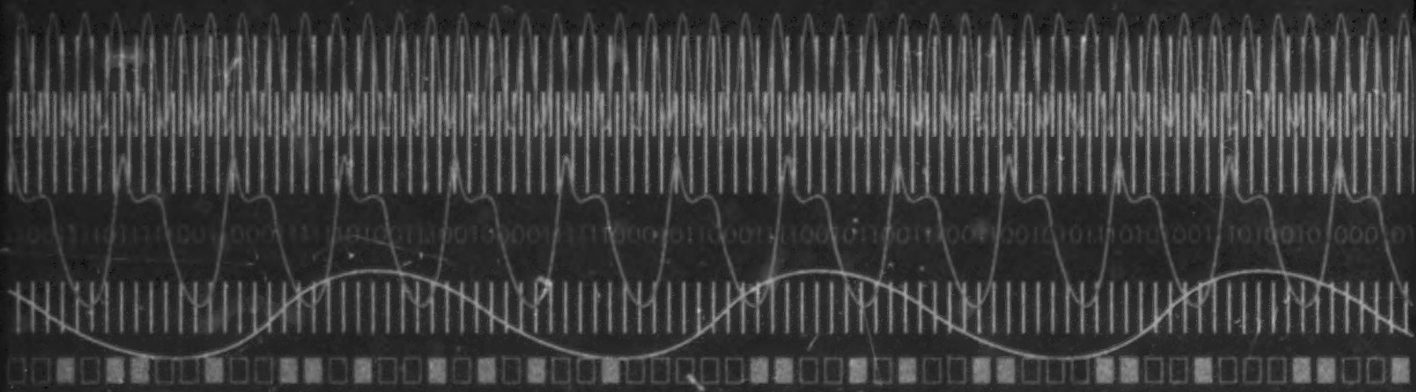
> Nous avons un bon régime de radio-télévision. Réunir la propriété publique et la propriété privée dans un seul cadre convient au Canada et sert bien les Canadiens. Le régime a eu ses heures de confusion et ses querelles plutôt sottes. Mais, dans son essence, le concept est juste et il serait sage de le conserver tel qu'il est, en l'améliorant, en le raffermissant et en y mettant de l'ordre où c'est possible[6].

Malgré tout, il faut se rappeler qu'il y a des limites à ce que le gouvernement peut faire. Les ressources ne sont jamais infinies et la réglementation ne peut résoudre tous les problèmes. Les émissions de télévision que regardent les Canadiens et qui font leur fierté sont conçues et produites par des gens talentueux qui travaillent en équipe. La tâche la plus importante consiste donc à organiser des mesures de soutien fédérales, de réglementation et d'aide financière de manière à appuyer l'ingéniosité et le talent des créateurs des émissions qui attireront et retiendront les auditeurs canadiens. Il faudra pour ce faire atteindre un fragile équilibre entre la réglementation et les programmes, entre la tradition et l'innovation, de même qu'entre la politique gouvernementale et la créativité de membres du secteur privé. Ce sera un processus permanent, un processus qui dépendra en dernière analyse de notre capacité de favoriser le développement de l'esprit créateur et de l'esprit d'entreprise et d'en faire profiter les Canadiens et le reste du monde.

Notes en fin de chapitre

1 Rapport de la Commission royale d'enquête sur la radio et la télévision (Commission Fowler), Ottawa, Imprimeur de la Reine, 1957, p. 281.
2 *Ibid.*, p. 282.
3 *Ibid.*
4 *Ibid.*
5 *Ibid.*
6 *Ibid.*, p. 321.

POSTFACE DU PRÉSIDENT



POSTFACE DU PRÉSIDENT

Le cheminement du Canada comme pays a été marqué par la recherche de consensus et de compromis graduels, plutôt que par des décisions et des étapes de changement soudain et radical. Ses structures et ses institutions de gouvernement ont suivi la même évolution prudente et mesurée, à partir des précédents et du vécu, reflétant la cadence des changements sociaux et technologiques à travers les décennies.

Notre système de radiodiffusion est un exemple typique de cette évolution et de cette croissance graduelles. Il est le reflet de cet ensemble significatif d'instruments législatifs crées et modifiés avec prudence, et souvent avec difficulté, au fil des années.

Le Comité a conclu que, dans son ensemble, notre système de radiodiffusion a atteint un niveau de stabilité et de réussite qui méritent d'être notés.

Le Comité a reconnu que la *Loi de la radiodiffusion* de 1991, qui est la pierre angulaire du système, est un document de haute qualité qui demande peu de changements, même après une décennie et plus. En effet, ses buts et ses objectifs traduisent clairement les attributs qu'un système de radiodiffusion canadien idéal devrait posséder.

Ceci dit, le Comité a identifié plusieurs éléments problématiques, que les nombreux témoins et leurs mémoires lui ont fait ressortir durant ses audiences et ses déplacements. Ces préoccupations sont reflétées dans les témoignages soumis au Comité.

Le Comité fût fortement d'avis que l'élément central de son rapport devrait être le public et l'intérêt public, et dans quelle mesure, efficace ou non, ceux-ci sont desservis par le système de radiodiffusion canadien. Le Comité conclua donc que ses recommandations devraient refléter des changements et des recommandations aptes à rendre le système plus imputable aux Canadiens et mieux adapté à leurs aspirations.

En ce faisant, le Comité a pris en ligne de compte l'éventail complexe de composantes bâti au fil des années autour du système de radiodiffusion, au cours de son évolution graduelle vers son état d'intégration actuel. Le Comité a ainsi conclu que le défi était non de réinventer un système de radiodiffusion généralement positif — voire en certaines façons très performant — mais de recommander des améliorations à ses principaux éléments et composantes.

À travers ces recommandations, le Comité a voulu mettre l'accent sur le rôle très particulier du radiodiffuseur public national, tout en reconnaissant le secteur privé de radiodiffusion comme un élément essentiel du système. Il s'est de plus fait porte-parole des préoccupations des diffuseurs sans-but-lucratif, ainsi que de celles des communautés locales et régionales, incluant les communautés minoritaires des langues officielles.

Le Comité a reconnu le rôle essentiel du CRTC comme instance réglementaire de la radiodiffusion, tout en proposant plusieurs recommandations aptes à améliorer sa gouvernance et ses procédés.

En effet, le Comité s'est penché sérieusement sur la question de gouvernance, et celle d'une plus grande transparence et imputabilité au sein des institutions publiques créées par la *Loi sur la radiodiffusion*.

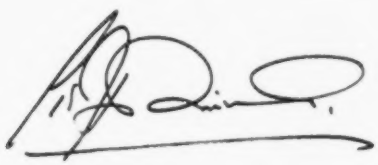
Parmi les autres sujets cruciaux abordés en profondeur par le Comité, notons ceux du contenu canadien, de la propriété et de la propriété croisée, de la convergence et de son impact sur l'autonomie éditoriale et sur l'accès ouvert à l'information.

Le Comité est d'avis que le rapport et ses recommandations constituent un ensemble mesuré, crédible et réalisable, et espère que le gouvernement les jugera ainsi.

Le système de radiodiffusion est un élément vital de notre vie comme Canadiens. Il exprime notre façon d'être et de vivre, il nous réunit en tant qu'individus et citoyens, et il nous ouvre des horizons vers les autres peuples du monde.

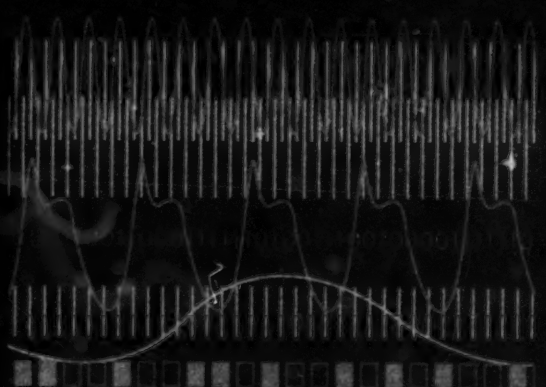
Dans un pays aux vastes dimensions et distances, la radiodiffusion sert de lien principal entre nous, il devient notre voix et notre ouïe. En tant que pays engagé dans la recherche de la paix, et fermement convaincu du bien-fondé du mulitlatéralisme, la radiodiffusion nous ouvre aux autres et fait de nous de citoyens du monde mieux avertis et plus responsables.

Nous devons non seulement préserver notre système de radiodiffusion, mais il nous incombe de le solidifier et de l'améliorer, afin de nous en assurer un avenir stable et durable. Nous pensons que ce rapport a proposé des idées crédibles et réalisables vers l'atteinte de cet objectif.



Clifford Lincoln, député

ANNEXES



Annexe 1 : Liste des recommandations

Annexe 2 : Mandat

Annexe 3 : Loi sur la radiodiffusion, 1991

Annexe 4 : Chronologie des événements marquants de la radiodiffusion canadienne

Annexe 5 : Glossaire

Annexe 6 : Progrès dans le domaine des technologies de radiodiffusion

Annexe 7 : Bref historique d'Internet

Annexe 8 : Bref historique de la politique relative au contenu canadien

Annexe 9 : Programmes de financement de la télévision canadienne

Annexe 10 : Études antérieures sur la SRC

Annexe 11 : Autres services canadiens de radiodiffusion

Annexe 12 : Mandat des groupes d'experts chargés de l'examen de la propriété

Annexe 13 : Instructions au CRTC (Inadmissibilité de non-canadiens)

Annexe 14 : Propriété croisée au Canada

Annexe 15 : Mandat des groupes d'experts chargés de l'examen de la diversité

Annexe 16 : Questionnaire sur l'activité politique (R.-U.)

Annexe 17 : Liste des sources des figures

Annexe 18 : Rapports de recherche commandés

Annexe 19 : Équipe de recherche et de soutien

Annexe 20 : Liste des témoins

Annexe 21 : Liste des mémoires

Annexe 22 : Endroits visités

ANNEXES

Annexe I
Liste des recommandations

Chapitre 5
Programmation canadienne

RECOMMANDATION 5.1[1] :

Le Comité recommande que le ministère concerné élabore une politique globale et intégrée de programmation canadienne, assortie d'une stratégie, qui :

(a) précise les objectifs des programmes de soutien à la création, à la production, à la diffusion et à l'écoute d'émissions de télévision canadiennes;

(b) renferme un énoncé clair des objectifs culturels, des estimations réalistes de ce qu'il en coûtera pour atteindre ces objectifs et un ensemble complet de mesures de rendement;

(c) simplifie la démarche pour obtenir du financement de sorte que les diffuseurs puissent se concentrer sur la création;

(d) met l'accent sur des mesures pour faire en sorte que les émissions canadiennes soient regardées par les Canadiens et prévoit des mesures de soutien appropriées et des mesures de rendement.

RECOMMANDATION 5.2 :

Le Comité recommande qu'on revoie le système de points actuellement en usage pour la certification, le financement et la production d'émissions canadiennes de façon à reconnaître :

(a) les différences importantes entre les genres (p. ex. dramatiques, documentaires et animation);

(b) la nationalité des auteurs, des réalisateurs, des artistes et des techniciens;

(c) l'effort pour atteindre des objectifs culturels;

(d) l'importance de s'assurer que le contenu canadien atteint ses auditoires.

[1] L'expression « ministère concerné » revient dans plusieurs recommandations du rapport. La raison en est que, dans la recommandation 19.1, nous enjoignons le gouvernement d'envisager la création d'un ministère des communications ayant pour mandat de soutenir les secteurs de la radiodiffusion, des télécommunications et de la culture.

RECOMMANDATION 5.3 :

Pour assurer l'uniformité et la cohérence, le Comité recommande qu'il appartienne à un organisme central responsable de l'administration de la certification du contenu canadien de prendre toute décision concernant le contenu canadien.

RECOMMANDATION 5.4 :

Le Comité recommande qu'un identificateur distinctif soit attribué à chaque émission canadienne pour en faciliter le suivi : investissements, promotion, mesures éventuelles de rendement (p. ex. cotes d'écoute).

RECOMMANDATION 5.5 :

Le Comité recommande que le ministère concerné évalue le système de crédits d'impôt actuel qui soutient la programmation télévisuelle canadienne afin de trouver des moyens pour améliorer la façon dont l'aide est gérée et fournie aux producteurs canadiens indépendants.

RECOMMANDATION 5.6 :

Le Comité recommande que le ministère concerné étudie la possibilité d'assouplir le système de crédits d'impôt pour les productions télévisuelles canadiennes (p. ex. niveau d'aide qui augmente en fonction de la participation accrue de créateurs canadiens).

RECOMMANDATION 5.7 :

Le Comité recommande que les mandats du Fonds canadien de télévision (FCT) et Téléfilm Canada soit examinés et redéfinis de façon à séparer clairement les responsabilités et, si nécessaire, à favoriser la synergie là où les responsabilités doivent être partagées. Cet examen devrait tenir compte de propositions concernant la bonne gestion du FCT.

RECOMMANDATION 5.8 :

Le Comité recommande que le ministère du Patrimoine canadien étudie des moyens pour rendre plus efficace l'administration du FCT et de Téléfilm Canada, notamment par l'adoption de mécanismes permettant de centraliser et d'harmoniser le traitement des demandes, et de réduire la paperasse.

RECOMMANDATION 5.9 :

Le Comité recommande que le Programme de participation au capital (PPC) visant la programmation télévisuelle soit évalué afin de déterminer les coûts et les avantages de la présente approche.

RECOMMANDATION 5.10 :

Le Comité recommande que le Fonds canadien de télévision soit reconnu par le gouvernement comme une composante essentielle du système canadien de radiodiffusion. Cette reconnaissance doit s'accompagner d'un financement à long terme stable et plus élevé. Il faudrait transmettre au CRTC une directive obligeant les titulaires de licences, sauf les petits câblodistributeurs, à contribuer au FCT.

RECOMMANDATION 5.11 :

Le Comité recommande que le gouvernement songe à établir des objectifs précis pour l'ensemble de ses politiques et programmes concernant le contenu canadien et que les organismes et ministères concernés rendent annuellement compte au Parlement de l'atteinte de ces objectifs.

RECOMMANDATION 5.12 :

Le Comité recommande que toutes les modifications apportées aux politiques et aux programmes concernant le contenu canadien soient évaluées aux deux ans.

RECOMMANDATION 5.13 :

Le Comité recommande que le CRTC reçoive, par décret, la directive de revoir sa politique de 1999 afin de favoriser la diffusion d'émissions prioritaires durant les heures de grande écoute.

Chapitre 6
Le radiodiffuseur public national

RECOMMANDATION 6.1 :

Le Comité recommande que le Parlement accorde à la SRC un financement pluriannuel stable (3 à 5 ans) afin de lui permettre de remplir son mandat tel qu'il est énoncé dans la *Loi sur la radiodiffusion*.

RECOMMANDATION 6.2 :

Le Comité recommande que, pour plus de précision, la *Loi sur la radiodiffusion* soit modifiée de manière à reconnaître la valeur des services néomédiatiques comme élément complémentaire de la stratégie de programmation globale de la SRC.

RECOMMANDATION 6.3 :

Le Comité recommande que la SRC présente au Parlement, un an après le dépôt du présent rapport, un plan stratégique, accompagné d'une estimation des ressources nécessaires, sur les mesures qu'elle entend prendre pour remplir son mandat de radiodiffuseur public et :

(a) offrir une programmation locale et régionale

(b) atteindre ses objectifs en matière de programmation canadienne

(c) présenter une programmation des nouveaux médias.

RECOMMANDATION 6.4 :

Le Comité recommande que les incidences et les résultats des plans stratégiques de la SRC (relatifs à la présentation d'émissions locales et régionales, d'émissions canadiennes et d'initiatives de nouveaux médias multiplateformes) fassent l'objet d'un rapport annuel et d'une évaluation bisannuelle. Les évaluations devraient respecter les normes d'évaluation des programmes du gouvernement du Canada.

RECOMMANDATION 6.5 :

Le Comité recommande que la SRC présente au Parlement un plan expliquant ses besoins relatifs à la transition aux technologies numériques et qu'elle reçoive une aide financière ponctuelle pour répondre à ces besoins.

RECOMMANDATION 6.6 :

Le Comité réaffirme l'importance de la radiodiffusion publique en tant qu'instrument essentiel à la promotion, à la préservation et au développement de la culture, et il recommande que le gouvernement ordonne au CRTC d'interpréter la *Loi sur la radiodiffusion* en conséquence.

Chapitre 7
Radiodiffusion sans but lucratif

RECOMMANDATION 7.1 :

Le Comité recommande que le ministère du Patrimoine canadien prenne immédiatement les mesures qui s'imposent pour donner suite aux recommandations du Rapport McGregor sur les besoins des radiodiffuseurs autochtones et du Nord.

RECOMMANDATION 7.2 :

Le Comité recommande que les règles s'appliquant au Fonds canadien de télévision et à Téléfilm Canada soient modifiées, en consultation avec l'APTN et d'autres intervenants autochtones et du Nord, de manière à mieux répondre aux besoins de la production et de la télédiffusion d'émissions autochtones et à améliorer la situation dans ces secteurs.

RECOMMANDATION 7.3 :

Le Comité recommande que le gouvernement élabore une stratégie de soutien pour faire en sorte que les émissions autochtones de l'APTN destinées à des auditoires nationaux puissent être doublées en anglais ou en français, au besoin.

RECOMMANDATION 7.4 :

Le Comité recommande au gouverneur en conseil d'ordonner par décret au CRTC qu'il impose à l'ensemble des entreprises de distribution de radiodiffusion, sans exception, l'obligation de distribuer à tous leurs abonnés les signaux vidéo et audio des débats parlementaires via la CPAC dans les deux langues officielles.

RECOMMANDATION 7.5 :

Le Comité recommande que le service de la CPAC distribué dans le cadre du service de base du câble soit protégé contre le déplacement en faveur d'émissions vidéo en circuit fermé, et que le *Règlement sur la distribution de radiodiffusion* soit modifié en ce sens si nécessaire.

RECOMMANDATION 7.6 :

Le Comité recommande que le ministère compétent examine le mandat de Radio Canada International dans le but de déterminer les ressources nécessaires pour renforcer ses services.

RECOMMANDATION 7.7 :

Le Comité recommande que le CRTC autorise la distribution nationale de tous les radiodiffuseurs éducatifs provinciaux de langues française et anglaise.

RECOMMANDATION 7.8 :

Le Comité recommande que la *Loi sur la radiodiffusion* soit modifiée de manière à reconnaître que les radiodiffuseurs publics sans but lucratif font partie intégrante du système canadien de radiodiffusion.

RECOMMANDATION 7.9 :

Le Comité recommande que le CRTC soit tenu de faire en sorte que les auditoires aient un accès équitable aux services de radiodiffusion publique sans but lucratif offerts par les entreprises de distribution de radiodiffusion.

Chapitre 8
Le secteur privé

RECOMMANDATION 8.1 :

Le Comité recommande que le ministère du Patrimoine canadien crée un comité composé d'intervenants de l'industrie de la radio pour étudier et déterminer le degré de succès du programme MAPL. Cette étude devrait comporter un examen des définitions du contenu canadien et de la façon dont le programme peut favoriser le développement des nouveaux artistes.

RECOMMANDATION 8.2 :

Le Comité recommande que le ministère du Patrimoine canadien, en collaboration avec le CRTC et les intervenants de l'industrie de la radio, élabore une stratégie pour surveiller dans quelle mesure les objectifs de la politique publique relative à la radio canadienne sont atteints et en faire rapport tous les ans.

RECOMMANDATION 8.3 :

Le Comité recommande que le ministère concerné étudie les droits annuels pour les créneaux orbitaux imposés aux entreprises canadiennes de satellite afin de s'assurer qu'ils ne constituent pas un fardeau démesuré pour celles d'entre elles qui souhaitent percer sur les marchés internationaux.

RECOMMANDATION 8.4 :

Le Comité recommande que le ministère des Finances et le Conseil du Trésor, en collaboration avec le ministère du Patrimoine canadien et le CRTC, analysent les motifs et l'équité des droits de licence de la partie II que doivent actuellement payer les radiodiffuseurs et les distributeurs, et qu'ils les éliminent s'ils sont discriminatoires. Les résultats de cette analyse devraient être présentés au Parlement au plus tard un an après le dépôt du présent rapport.

RECOMMANDATION 8.5 :

Si l'on détermine que les droits de licence de la partie II devraient être abolis ou réduits, le Comité recommande que le CRTC, après consultation du ministère du Patrimoine canadien et des intervenants concernés de l'industrie de la radiodiffusion, soit encouragé à élaborer un plan pour réaffecter l'ensemble ou une partie des droits dans le système de radiodiffusion canadien.

RECOMMANDATION 8.6 :

Le Comité recommande que le gouvernement du Canada étudie le système actuel de crédits d'impôt pour les annonceurs en vue de le modifier pour qu'il encourage une production accrue de messages publicitaires canadiens à l'échelle locale, régionale et nationale.

RECOMMANDATION 8.7 :

Le Comité recommande que le CRTC étudie la possibilité d'obliger les radiodiffuseurs canadiens à montrer un certain pourcentage de messages publicitaires canadiens.

Chapitre 9
Radiodiffusion communautaire, locale et régionale

RECOMMANDATION 9.1 :

Le Comité recommande que le CRTC exige des entreprises de distribution de radiodiffusion qu'elles favorisent l'accès des groupes communautaires et des bénévoles aux installations de la télévision communautaire aux fins de produire des émissions de télévision locales et communautaires.

RECOMMANDATION 9.2 :

Le Comité recommande que le ministère du Patrimoine canadien élabore une politique relative à la radiodiffusion communautaire, locale et régionale, en consultation avec les principaux intervenants de l'industrie, notamment les radiodiffuseurs publics, privés, communautaires, éducatifs et sans but lucratif et les groupes d'intérêt concernés.

RECOMMANDATION 9.3 :

Le Comité recommande que le gouvernement du Canada prenne des mesures pour faire en sorte que les ministères et organismes responsables du système canadien de radiodiffusion continuent de traiter le système de radiodiffusion comme un système unique.

RECOMMANDATION 9.4 :

Le Comité recommande que le gouvernement fédéral rende un décret ordonnant au CRTC de revoir sa décision d'exempter les services de distribution par satellite de radiodiffusion directe (SRD) de l'obligation d'offrir des services de télévision communautaire.

RECOMMANDATION 9.5 :

Le Comité recommande que le gouvernement du Canada étudie la faisabilité de la création de nouveaux canaux numériques en vue de distribuer la meilleure programmation communautaire, locale et régionale du Canada à la population du pays.

RECOMMANDATION 9.6 :

Le Comité recommande au CRTC de travailler en collaboration avec les intervenants de l'industrie de la radiodiffusion pour trouver une solution au problème de distribution des signaux locaux par les services de distribution par satellite de radiodiffusion directe (SRD) afin d'offrir aux abonnés le plus de programmation locale appropriée possible. La solution adoptée ne devrait toutefois pas entraîner une réduction des contributions des fournisseurs de services par SRD au Fonds canadien de télévision.

RECOMMANDATION 9.7 :

Le Comité recommande que le gouvernement rende un décret ordonnant au CRTC d'exiger des fournisseurs de services de distribution par satellite de radiodiffusion directe (SRD) du Canada de distribuer le signal des stations de télévision locales de la SRC/CBC.

RECOMMANDATION 9.8 :

Le Comité recommande que le ministère du Patrimoine canadien crée un programme d'aide à la radiodiffusion locale (PARL) en vue d'appuyer la distribution de la programmation radiophonique et télévisuelle aux échelons communautaire, local et régional.

RECOMMANDATION 9.9 :

Le Comité recommande que le ministère du Patrimoine canadien, en collaboration avec le CRTC, soit tenu de produire un rapport annuel sur la télévision communautaire. Ce rapport devrait contenir des renseignements sur la formation, l'accès et la participation (d'employés et de bénévoles), les genres d'appui ainsi que le nombre d'heures et la gamme de programmation produite.

RECOMMANDATION 9.10 :

Le Comité recommande que les modifications apportées à la radiodiffusion communautaire, locale et régionale par suite de la mise en œuvre des recommandations du rapport fassent l'objet d'une évaluation de la part du ministère compétent deux ans après leur adoption, et à des intervalles raisonnables par la suite (p. ex., tous les cinq ans). Ces rapports devraient également être présentés au Comité.

Chapitre 10
Radiodiffusion autochtone et du nord

RECOMMANDATION 10.1 :

Le Comité recommande de supprimer à l'alinéa 3.(1)*o*) de la *Loi sur la radiodiffusion* la précision « au fur et à mesure de la disponibilité des moyens » afin que la disposition se lise comme suit : « le système canadien de radiodiffusion devrait offrir une programmation qui reflète les cultures autochtones du Canada ».

RECOMMANDATION 10.2 :

Le Comité recommande que le ministère compétent établisse un fonds visant à aider les radiodiffuseurs autochtones et du Nord à assumer les coûts de remplacement des biens d'équipement.

RECOMMANDATION 10.3 :

Le Comité recommande que le Programme d'accès des Autochtones du Nord à la radiotélédiffusion soit maintenu, et son financement augmenté en fonction de l'inflation.

RECOMMANDATION 10.4 :

Le Comité recommande que les fonds affectés à la distribution de la programmation du Nord (c.-à-d. le Programme d'aide à la distribution dans le Nord) soient suffisants pour assumer correctement les coûts liés à la distribution.

RECOMMANDATION 10.5 :

Le Comité recommande que les ministères concernés, en collaboration avec les radiodiffuseurs publics et privés, élaborent un programme de formation à l'intention des radiodiffuseurs autochtones et du Nord.

RECOMMANDATION 10.6 :

Le Comité recommande que le Programme d'accès des Autochtones du Nord à la radiotélédiffusion, le Programme d'aide à la distribution et les mesures de soutien connexes fassent l'objet d'une évaluation deux ans après le renouvellement du financement.

RECOMMANDATION 10.7 :

Le Comité recommande que le CRTC exige des entreprises de service de radiodiffusion directe par satellite qu'elles distribuent les services de télévision du Nord de la SRC dans les régions du Nord du Canada.

Chapitre 11
La propriété

RECOMMANDATION 11.1 :

Le Comité recommande qu'il soit ordonné au CRTC de renforcer sa politique sur la séparation des activités des salles de presse dans les situations où il y a propriété croisée de médias afin d'assurer l'indépendance rédactionnelle.

RECOMMANDATION 11.2 :

Le Comité recommande que le CRTC mette en place un mécanisme pour assurer l'indépendance rédactionnelle des activités de radiodiffusion et que l'autorité compétente (par ex., le contrôleur de la radiodiffusion canadienne) présente un rapport annuel à cet égard au Parlement.

RECOMMANDATION 11.3 :

Le Comité recommande que le gouvernement du Canada publie un énoncé de politique clair et sans équivoque concernant la propriété croisée au plus tard le 30 juin 2004.

RECOMMANDATION 11.4 :

D'ici à ce que le gouvernement du Canada publie sa politique concernant la propriété croisée, le Comité recommande :

(a) Qu'il soit ordonné au CRTC de reporter toutes les décisions concernant l'attribution de nouvelles licences de radiodiffusion lorsqu'il y a propriété croisée.

(b) Que les licences faisant intervenir la propriété croisée soient automatiquement renouvelées (c.-à-d. qu'elles fassent l'objet d'un renouvellement administratif) pour une période minimale de deux ans et une période maximale de trois ans.

RECOMMANDATION 11.5 :

Le Comité recommande que les restrictions actuelles relatives à la propriété étrangère dans le secteur de la radiodiffusion et des télécommunications soient maintenues aux niveaux actuels.

Chapitre 12
La transition au mode numérique

RECOMMANDATION 12.1 :

Le Comité recommande que les ministères et organismes responsables au gouvernement fédéral élaborent un plan global de transition au numérique, en collaboration avec l'industrie de la radiodiffusion et les intervenants du secteur public, du secteur privé et des organisations sans but lucratif.

RECOMMANDATION 12.2 :

Le Comité recommande que la transition au numérique soit gérée de telle façon que les prestataires de programme et les radiodiffuseurs aient un moyen de communication équitable et juste avec tous les téléspectateurs de télévision numérique.

RECOMMANDATION 12.3 :

Le Comité recommande que le gouvernement établisse des normes matérielles et logicielles uniformes afin de protéger l'investissement des auditeurs et téléspectateurs, dans la technologie numérique et pour prévenir l'utilisation d'une technologie exclusive et les comportements anticoncurrentiels qui pourraient nuire à la compétition et à l'accès des abonnés.

RECOMMANDATION 12.4 :

Le Comité recommande qu'une réglementation soit élaborée dans le but de prévenir la manipulation ou la modification de quelque façon que ce soit par les distributeurs des signaux téléchargés par les abonnés.

RECOMMANDATION 12.5 :

Le Comité recommande que les stations locales continuent de bénéficier d'une distribution prioritaire durant toute la durée de la transition au numérique.

RECOMMANDATION 12.6 :

Le Comité recommande que la substitution des signaux identiques soit préservée pour la durée de la transition au numérique.

RECOMMANDATION 12.7 :

Le Comité recommande que la politique gouvernementale permette à tous les radiodiffuseurs et distributeurs de bénéficier équitablement des revenus possibles découlant de sources associées à leurs activités réglementées.

RECOMMANDATION 12.8 :

Le Comité recommande que le CRTC élabore des règlements pour que les données recueillies par les diffuseurs et/ou les entreprises de distribution de radiodiffusion à partir des capacités interactives et de rétroaction des décodeurs ou d'autres dispositifs numériques soient conformes aux lois pertinentes sur la confidentialité et la consommation.

RECOMMANDATION 12.9 :

Le Comité recommande que le gouvernement travaille avec les intervenants de l'industrie de la radiodiffusion pour s'assurer que les techniques de mesure et d'établissement des rapports puissent jauger adéquatement la pénétration des technologies numériques dans la population canadienne.

RECOMMANDATION 12.10 :

Le Comité recommande que le ministère du Patrimoine canadien mette au point une stratégie de partage des coûts pour éviter la perte par détérioration des archives des radiodiffuseurs canadiens.

Chapitre 15
Accessibilité

RECOMMANDATION 15.1 :

Le Comité recommande que l'alinéa 3*p*) de la *Loi sur la radiodiffusion* soit modifié comme suit : « le système devrait offrir une programmation adaptée aux besoins des personnes atteintes d'une déficience », c'est-à-dire en supprimant la mention « au fur et à mesure de la disponibilité des moyens ».

RECOMMANDATION 15.2 :

Le Comité recommande qu'un programme de formation en sous-titrage et en audiovision soit établi et financé par le gouvernement fédéral.

RECOMMANDATION 15.3 :

Le Comité recommande que le gouvernement fédéral mette sur pied un programme pour aider les radiodiffuseurs à fournir des services de sous-titrage et d'audiovision.

RECOMMANDATION 15.4 :

Le Comité recommande qu'une fois mis en place les programmes d'aide et de formation, il soit permis aux radiodiffuseurs de satisfaire progressivement à la demande croissante de sous-titrage et d'audiovision en vue d'en arriver à atteindre l'objectif de 100 % dans la fourniture de ces services.

RECOMMANDATION 15.5

Le Comité recommande que la *Loi sur la radiodiffusion* enjoigne au CRTC d'établir des conditions et des mécanismes de contrôle rigoureux afin d'éliminer les pratiques discriminatoires chez les radiodiffuseurs. Ces instructions devront préciser que les services de sous-titrage et d'audiovision devront être incorporés graduellement à toute la programmation télévisuelle en vue d'en arriver à atteindre l'objectif de 100 % dans la fourniture de ces services.

RECOMMANDATION 15.6 :

Le Comité recommande que le gouvernement fédéral modifie la *Loi sur la radiodiffusion* pour permettre au CRTC de prendre des règlements établissant des critères d'adjudication des frais d'intervenant à l'intention de ceux qui doivent avoir accès au Conseil afin de faire entendre les préoccupations de la population et de faire connaître les enjeux.

Chapitre 16
La télévision par satellite au Canada, marché noir et gris

RECOMMANDATION 16.1 :

Le Comité recommande que le CRTC permette aux distributeurs canadiens de radiodiffusion d'offrir un plus grand choix d'émissions internationales tout en respectant la réglementation canadienne en matière de contenu.

Chapitre 17
Mondialisation et diversité culturelle

RECOMMANDATION 17.1 :

Le Comité recommande que le ministère des Affaires étrangères et du Commerce international maintienne la position du gouvernement fédéral qui vise à exclure la culture de toute négociation actuelle ou future concernant des accords commerciaux internationaux.

RECOMMANDATION 17.2 :

Le ministère du Patrimoine canadien devrait participer aussi activement que possible à toute discussion internationale sur la réglementation de la radiodiffusion.

RECOMMANDATION 17.3 :

Le Comité est en faveur d'une augmentation du financement accordé aux initiatives visant à accroître la diversité de la radiodiffusion canadienne. Le CRTC, la SRC et le Fonds canadien de télévision devraient rechercher des moyens pour faire en sorte que leurs politiques et leurs procédures reflètent la nécessité d'accroître la diversité.

Chapitre 18
Nominations et conflits d'intérêts

RECOMMANDATION 18.1 :

Le Comité recommande que le ministère du Patrimoine canadien, en concertation avec le Comité, mette au point d'ici le 30 juin 2004 des critères et des lignes directrices concernant la nomination des conseillers du CRTC, ainsi que la nomination des administrateurs de la SRC.

RECOMMANDATION 18.2 :

Le Comité recommande que la taille du Conseil soit réduite de treize à neuf conseillers et que l'abolition des conseillers régionaux soit considérée. Il faudra par ailleurs veiller à y assurer un équilibre linguistique et régional et à y maintenir une diversité de vues et d'expérience.

RECOMMANDATION 18.3 :

Pour éviter toute possibilité de conflit d'intérêts ou d'avantage indu ou toute apparence de situation semblable, le Comité recommande que quiconque démissionne ou abandonne sa charge de membre ou de cadre supérieur du CRTC ne saurait occuper un poste payé ou non payé au sein d'une industrie réglementée par le CRTC dans un délai de deux ans après son départ. Cela devrait être établi comme condition pour devenir employé ou membre du Conseil. Au cours de ce délai, ceux-ci devraient recevoir jusqu'à 75 % de leur salaire habituel s'ils sont dans l'impossibilité de trouver un emploi convenable ailleurs que dans l'industrie de la radiodiffusion.

Chapitre 19
Gouvernance et imputabilité

RECOMMANDATION 19.1 :

Le Comité recommande la création d'un ministère des communications chargé du soutien du gouvernement du Canada à la radiodiffusion, aux télécommunications et aux industries culturelles.

RECOMMANDATION 19.2 :

Le Comité recommande que le gouvernement examine le bien-fondé d'une loi d'ensemble sur les communications afin que la *Loi sur la radiodiffusion*, la *Loi sur les télécommunications* et la *Loi sur le Conseil de la radiodiffusion* et des télécommunications canadiennes soient refondues en un seul texte de loi.

RECOMMANDATION 19.3 :

Le Comité recommande que le gouvernement responsable élabore un énoncé de principes détaillé et général pour le système de radiodiffusion du Canada. Cet énoncé de principes devrait élaborer l'article 3 de la *Loi sur la radiodiffusion* et comprendre les définitions appropriées des termes clés.

RECOMMANDATION 19.4 :

Le Comité recommande que les mandats de la SRC, de Téléfilm Canada, de l'ONF et du FCT soient liés de façon plus précise aux objectifs du système de radiodiffusion. En élaborant ces exigences, les responsables gouvernementaux devraient travailler de concert avec toutes les parties concernées et porter une

attention particulière à la cohérence de l'approche vis-à-vis des résultats des rapports.

RECOMMANDATION 19.5 :

Le Comité recommande au gouvernement du Canada de réexaminer le mandat du CRTC afin de le recentrer sur ses objectifs culturels, de clarifier son rôle et d'établir des limites claires à son pouvoir de supervision, de réglementation, de création et de gestion des programmes. Cet examen devrait également tenir compte du rôle que doit tenir le CRTC à l'égard des autres organismes du système de radiodiffusion.

RECOMMANDATION 19.6 :

Le Comité recommande que, dans le cadre de la redéfinition du mandat du CRTC, le gouvernement du Canada exige que les règlements du CRTC soient examinés par le ministère approprié et approuvés par le gouverneur en conseil.

RECOMMANDATION 19.7 :

Le Comité recommande que, dans le cadre de son examen du mandat du CRTC, le gouvernement du Canada clarifie les responsabilités et les rôles respectifs du CRTC et du Bureau de la concurrence en matière de radiodiffusion.

RECOMMANDATION 19.8 :

Le Comité suggère que le Comité permanent de l'industrie conduise un examen du rôle et des exigences en ressources du Bureau de la concurrence en matière de concurrence au sein du système de radiodiffusion du Canada.

RECOMMANDATION 19.9 :

Le Comité recommande que la surveillance réglementaire de la SRC par le CRTC soit limitée à l'approbation des nouvelles demandes de licence.

RECOMMANDATION 19.10 :

Le Comité recommande au gouvernement fédéral d'inviter la SRC à soumettre un plan à l'étude du Parlement et du CRTC, afin d'élaborer ses besoins en matière de nouvelles licences pour la radio et la télévision.

RECOMMANDATION 19.11 :

Le CRTC doit avoir le pouvoir d'infliger une plus grande gamme de sanctions, ainsi que des amendes plus importantes à ceux qui ne se conforment pas au règlement et d'appliquer, à son tour, ces infractions.

RECOMMANDATION 19.12 :

Le Comité recommande, qu'une fois l'examen du mandat du CRTC terminé, le gouvernement du Canada veille à ce que le CRTC dispose des ressources et de la souplesse nécessaires afin de s'acquitter de ses responsabilités redéfinies et clarifiées.

RECOMMANDATION 19.13 :

Le Comité recommande d'établir une nouvelle politique de radiodiffusion définissant des buts et des objectifs clairs et mesurables, ainsi qu'une procédure d'évaluation et de reddition des comptes.

RECOMMANDATION 19.14 :

Le Comité recommande que les exigences liées à la surveillance du rendement qui correspondent aux exigences du Conseil du Trésor du gouvernement du Canada et sont liées aux objectifs du système de radiodiffusion soient ajoutées aux mandats de la SRC, de Téléfilm Canada, de l'Office national du film et de la partie du FCT qui est financée par des fonds publics.

RECOMMANDATION 19.15 :

Le Comité recommande aux ministères responsables et toutes autres parties intéressées de mettre en place un mécanisme permettant de recueillir, en temps opportun, des mesures de rendement pertinentes et comparables sur le système de radiodiffusion canadien. Ce mécanisme doit comprendre des mesures permettant de comparer le rendement du système de radiodiffusion canadien à celui d'autres pays.

RECOMMANDATION 19.16 :

Le Comité recommande aux représentants des ministères et organismes responsables de former un comité de la mesure et des rapports sur la radiodiffusion afin de créer un cadre de travail et un système de mesure pour la reddition des comptes.

RECOMMANDATION 19.17 :

Le Comité propose de créer un contrôleur de la radiodiffusion canadienne qui serait intégré au Bureau du vérificateur général et dont le rôle serait d'établir des rapports annuels afin de déterminer si les objectifs de la *Loi sur la radiodiffusion* ont été atteints.

ANNEXES

Annexe 2

Mandat

Le système de radiodiffusion canadien : le mandat

Sujet d'étude

Le Comité permanent du patrimoine canadien a décidé d'entreprendre une étude sur la santé du système canadien de radiodiffusion et sur la mesure dans laquelle il a réussi à atteindre les objectifs de la *Loi sur la radiodiffusion* de 1991. Comme en ce qui concerne les études antérieures du Comité, les questions liées au contenu canadien et à la diversité culturelle occupent une place centrale.

Contexte

La première tentative d'élaboration d'une politique gouvernementale normalisée concernant le système de radiodiffusion canadien remonte à la Commission royale de la radiodiffusion de 1928. Au fur et à mesure où l'industrie s'est transformée et a pris de l'expansion, cette question a continué de faire l'objet de nombreuses études menées par des commissions, des comités parlementaires, des groupes d'experts gouvernementaux et des groupes de travail.

La première mesure législative assujettissant les radiodiffuseurs canadiens à un cadre réglementaire a été la *Loi canadienne de la radiodiffusion* de 1932. Après l'avènement de la télévision, cette loi a été remplacée par différentes versions de la *Loi sur la radiodiffusion* adoptées successivement en 1958, en 1968 et en 1991.

Avec le temps, la *Loi sur la radiodiffusion* s'est transformée en un instrument qui sert à : confirmer le mandat de la Société Radio-Canada (SRC) comme diffuseur national; imposer des restrictions à la propriété étrangère; exiger le recours prédominant aux créateurs et autres talents du Canada et réitérer une vision du système de radiodiffusion comme un moyen de renforcer les structures culturelles, sociales et économiques du Canada.

Le Groupe de travail sur la politique de la radiodiffusion a mené une étude globale de la *Loi sur la radiodiffusion* au milieu des années 80. Son rapport final a servi de cadre d'étude au Comité permanent des communications et de la culture lorsque celui-ci s'est penché sur la politique canadienne de radiodiffusion en 1987-1988. Les résultats conjugués de ces efforts ont permis

d'apporter les modifications requises à la Loi et d'aboutir finalement à la *Loi sur la radiodiffusion* de 1991, dont le libellé est toujours en vigueur aujourd'hui.

En adoptant une version modifiée de la *Loi sur la radiodiffusion* en 1968, le Parlement a créé le Conseil de la radio-télévision canadienne (CRTC), organisme autonome chargé de réglementer la radiodiffusion au Canada[1]. Le mandat explicite du Conseil consiste à « gérer, dans l'intérêt public, le délicat équilibre entre les objectifs culturels, sociaux et économiques des lois sur la radiodiffusion et les télécommunications »[2]. Les décisions qu'il a prises ont toujours servi d'assises aux discussions touchant l'avenir du secteur de la radiodiffusion, le rôle de la politique et la contribution qu'il peut apporter sur le plan de l'essor économique, des interactions sociales et de la communication.

Depuis l'instauration de la *Loi sur la radiodiffusion* de 1991, l'évolution des nouvelles technologies de communication a ouvert de nouvelles voies dans le secteur de la radiodiffusion, tant au Canada qu'ailleurs dans le monde. Au cours de cette même période, ni le ministère du Patrimoine canadien ni le Comité permanent n'a entrepris d'étude générale sur les conséquences de ces changements pour le système de radiodiffusion canadien.

Il est donc impérieux que le Comité permanent examine les principaux aspects de la *Loi sur la radiodiffusion* pour pouvoir déterminer si celle-ci demeure un instrument efficace pour permettre au CRTC de faire face aux défis qui se posent à l'industrie de la radiodiffusion et à ses intervenants. À cet égard, le Comité mettra l'accent sur les objectifs suivants du paragraphe 3d) de la *Loi sur la radiodiffusion* :

Le système canadien de radiodiffusion devrait :

- servir à sauvegarder, enrichir et renforcer la structure culturelle, politique, sociale et économique du Canada;

- favoriser l'épanouissement de l'expression canadienne en proposant une très large programmation qui traduise des attitudes, des opinions, des idées, des valeurs et une créativité artistique canadiennes, qui mette en valeur des divertissements faisant appel à des artistes canadiens et qui fournisse de l'information et de l'analyse concernant le Canada et l'étranger considérés d'un point de vue canadien;

- par sa programmation et par les chances que son fonctionnement offre en matière d'emploi, répondre aux besoins et aux intérêts, et refléter la condition et les aspirations, des hommes, des femmes et des enfants canadiens, notamment l'égalité sur le plan des droits, la dualité linguistique et le caractère multiculturel et multiracial de la société canadienne ainsi que la place particulière

qu'y occupent les peuples autochtones,

- demeurer aisément adaptable aux progrès scientifiques et techniques[1].

Thèmes d'étude proposés

Pour mener son étude, le Comité permanent a retenu un ensemble de thèmes clés qu'il aimerait aborder au cours de ses audiences. Sans vouloir se limiter à ces sujets, le Comité estime que ceux-ci aideront les personnes et les groupes qui lui présentent des mémoires à situer plus facilement leurs expériences et leurs points de vue à l'intérieur de la portée de la présente étude.

1. **Contexte** :	Évolution des technologies de radiodiffusion Mondialisation Nouveaux médias Perspectives internationales
2. **Diversité culturelle** :	Contenu canadien Radiodiffusion en français Radiodiffusion en anglais Radiodiffusion en fonction de la diversité culturelle et des minorités Représentation régionale Télévision communautaire
3. **Politique en matière de radiodiffusion** :	Élaboration d'une politique canadienne de la radiodiffusion Rôle du gouvernement fédéral Rôle du CRTC Éléments en faveur d'une loi nouvelle ou modifiée
4. **Propriété** :	Modèles de propriété Propriété mixte Intégration verticale
5. **Secteur public/privé** :	Société Radio-Canada Radiodiffusion provinciale Câblodistribution et services de satellite

6. **Production/Distribution** : Évolution des méthodes de production et de distribution
Questions touchant le droit d'auteur
Services spécialisés
Internet

Questions d'étude suggérées

Ayant bien à l'esprit les thèmes proposés ci-dessus, le Comité permanent a défini deux grands domaines :

(1) L'état actuel du système de radiodiffusion canadien

(2) Les orientations futures du système de radiodiffusion canadien

Les personnes qui présentent des mémoires ou comparaissent devant le Comité sont priées de choisir dans la liste des thèmes clés fournis précédemment au moment d'aborder les questions suivantes relatives à ces deux domaines. Pour être utile, une étude parlementaire doit faire fond sur des renseignements détaillés fournis par des particuliers, des entreprises et des groupes de l'extérieur, certains de ces renseignements pouvant être recueillis uniquement aux fins de l'examen parlementaire. Le Comité permanent du patrimoine canadien cherche à obtenir de l'information précise sur le système canadien de radiodiffusion, en particulier sur l'état et l'avenir du contenu canadien et de la diversité culturelle au sein du système. À cette fin, les attachés de recherche du Comité vont utiliser les mémoires et communiquer avec d'éventuels témoins afin d'aider à rassembler les données nécessaires et d'accroître l'efficacité de l'étude.

A. L'état actuel du système de radiodiffusion canadien

Depuis plus de 75 ans, le Canada s'efforce par tous les moyens de préserver l'identité canadienne dans un monde en constante évolution. Ses efforts pour trouver un cadre législatif ou réglementaire permettant de concilier les préoccupations culturelles, sociales et économiques ont mené au système actuel de cohabitation entre les radiodiffuseurs publics et privés *[radio et télévision]*. En gardant ces facteurs à l'esprit, le Comité permanent a élaboré les questions suivantes en rapport avec l'état actuel du système de radiodiffusion canadien.

1. Diversité culturelle

- Les programmes et politiques présentement en place pour tenir compte de la relation entre d'une part les politiques culturelles, d'autre part les politiques commerciales, sont-ils suffisants et adéquats?

- La façon de déterminer le contenu canadien demeure-t-elle appropriée dans le contexte des nouveaux médias?

- On entend souvent parler de « l'univers multi-canaux ». Dans cet univers, les consommateurs ont accès à un plus grand nombre d'émissions que jamais — en particulier des émissions étrangères. Qu'est-ce que cela implique pour la promotion d'un contenu distinctement canadien?

- L'un des objectifs de la *Loi sur la radiodiffusion*, d'après l'article 3*d*)(i), est de « servir à sauvegarder, enrichir et renforcer la structure culturelle, politique, sociale et économique du Canada ». Selon vous, en quoi consiste exactement la « structure culturelle du Canada » et est-il possible de fixer des exigences en matière de contenu qui permettraient effectivement de la sauvegarder, de l'enrichir et de la renforcer?

- Quels coûts doivent assumer les radiodiffuseurs à cause des règlements sur le contenu canadien?

- À la lumière des tendances observées récemment, comment le Canada peut-il entretenir et encourager l'émergence d'un sentiment distinctif d'identité locale, régionale, nationale et culturelle tout en continuant de profiter des avantages pouvant découler des changements apportés au système de radiodiffusion?

2. Nouvelles technologies

- Quels changements technologiques ont modifié largement ou sont en train de modifier le milieu canadien de la radiodiffusion?

- L'adoption de la nouvelle technologie s'est-elle fait plus ou moins rapidement que dans d'autres pays?

- Comment peut-on expliquer l'écart, le cas échéant?

- Dans quelle mesure l'évolution récente des nouvelles technologies de communication :

  a. a-t-elle rompu l'équilibre entre les préoccupations culturelles, sociales et économiques dans le système de radiodiffusion?

  b. a-t-elle modifié le système de radiodiffusion canadien dans son ensemble?

  c. a-t-elle modifié la cohabitation des radiodiffuseurs publics et privés dans le système de radiodiffusion canadien?

3. Mondialisation

- Dans quelle mesure l'évolution vers une mondialisation accrue :

  a. a-t-elle rompu l'équilibre entre les préoccupations culturelles, sociales et économiques dans le système de radiodiffusion?

  b. a-t-elle modifié le système de radiodiffusion canadien dans son ensemble?

  c. a-t-elle modifié la cohabitation des radiodiffuseurs publics et privés dans le système de radiodiffusion canadien?

4. Propriété

- Les changements technologiques et, en particulier, l'importance croissante de l'Internet sans frontières, vont-ils compromettre les restrictions actuelles en matière de propriété dans la radiodiffusion?

- La mondialisation va-t-elle compromettre les restrictions actuelles en matière de propriété dans la radiodiffusion?

- De quelle façon la concentration accrue de la propriété des médias s'est-elle répercutée sur le secteur de la radiodiffusion?

- De quelle façon la propriété mixte des médias, qui est de plus en plus répandue, s'est-elle répercutée sur le secteur de la radiodiffusion?

B. Les orientations futures du système de radiodiffusion canadien

L'actuel système de radiodiffusion canadien radio et télévision fait intervenir un puissant radiodiffuseur public, des radiodiffuseurs et des entreprises de télécommunications privés assujettis à une réglementation, des exigences en matière de contenu et des restrictions à l'égard de la propriété étrangère. À la lumière de la mondialisation de plus en plus marquée du secteur des communications, le Comité permanent a élaboré les questions suivantes en rapport avec les orientations futures du système de radiodiffusion canadien :

1. Contenu canadien et diversité culturelle

- Dans quelle mesure l'actuel système de contingents procentuels permet-il de promouvoir un contenu distinctement canadien dans un monde de canaux numériques et d'émissions accessibles par Internet?

- Dans quelle mesure l'actuel système de points (basé sur l'origine nationale des intrants — écrivains, producteurs, acteurs, réalisateurs, etc.) permet-il de produire des œuvres distinctement canadiennes?

- De quelle façon les exigences en matière de contenu canadien peuvent-elles demeurer viables dans le contexte en pleine évolution du secteur de la radiodiffusion?

- Comment peut-on utiliser les nouveaux médias pour appuyer les créateurs canadiens tant au Canada qu'à l'étranger?

2. Secteurs public/privé

- Faudrait-il maintenir ou modifier de quelque façon l'actuelle cohabitation des radiodiffuseurs publics et privés dans le système de radiodiffusion canadien?

- Quel devrait être le rôle permanent de la SCR et des radiodiffuseurs privés dans ce contexte de cohabitation des radiodiffuseurs publics et privés?

- Si la taille devient une exigence de survie dans la radiodiffusion, la Société Radio-Canada devrait-t-elle former des alliances avec des radiodiffuseurs privés?

- Si la Société Radio-Canada forme des alliances avec des radiodiffuseurs privés, quelles seront les implications pour la politique en matière de concurrence?

3. Mondialisation

- Les radiodiffuseurs étrangers et les cartels médiatiques devraient-ils jouer un rôle dans l'évolution du système de radiodiffusion canadien? Dans l'affirmative, lequel?

- Quelles sont les implications des traités commerciaux élargis sur :

  a. les exigences en matière de contenu canadien?

  b. les subventions aux créateurs canadiens?

4. Propriété

- Si la taille devient une exigence pour la survie dans la radiodiffusion, les entreprises canadiennes devraient-elles former des alliances avec des entreprises étrangères?

- Quelles sont les mesures nécessaires au maintien d'un système de radiodiffusion spécifiquement canadien?

5. Politique en matière de radiodiffusion

- La convergence de la radiodiffusion et des télécommunications devrait-elle entraîner un remaniement du CRTC ou la mise sur pied d'un organisme de réglementation nouveau et différent?

- Dans un monde de canaux numériques et d'émissions accessibles par Internet, les permis de radiodiffusion deviendront-ils chose du passé?

- Comment le système de radiodiffusion canadien pourrait-il être adapté pour fonctionner en cette ère de mondialisation accrue?

- Comment la loi actuelle peut-elle être modifiée et mise à jour pour tenir compte des changements dans le secteur de la radiodiffusion?

- Comment peut-on adapter le système canadien de radiodiffusion afin d'établir un équilibre entre les préoccupations culturelles, sociales et économiques?

- De quelle façon le fait que la supervision des activités de radiodiffusion soit partagée entre les ministères du Patrimoine canadien et de l'Industrie influe-t-il sur les questions d'ordre culturel visées par la *Loi sur la radiodiffusion* et sur d'autres politiques et programmes culturels?

Notes en fin de chapitre

[1] En 1976, le CRTC a été rebaptisé Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes afin de tenir compte de l'élargissement de sa sphère de compétences pour l'étendre aux entreprises de télécommunications.
[2] Voir : www.crtc.gc.ca
[3] Voir : www.crtc.gc.ca

ANNEXES

Annexe 3

Loi sur la radiodiffusion, 1991

1. Loi sur la radiodiffusion

Partie I
Dispositions générales

Définitions

[Définitions]

2. (1) Les définitions qui suivent s'appliquent à la présente loi.

[« Conseil » "*Commission*"]
« Conseil » Le Conseil institué par la *Loi sur le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes*.

[« émission » "*program*"]
« émission » Les sons ou les images — ou leur combinaison — destinés à informer ou divertir, à l'exception des images, muettes ou non, consistant essentiellement en des lettres ou des chiffres.

[« encodage » "*encrypted*"]
« encodage » Traitement électronique ou autre visant à empêcher la réception en clair.

[« entreprise de distribution » "*distribution undertaking*"]
« entreprise de distribution » Entreprise de réception de radiodiffusion pour retransmission, à l'aide d'ondes radioélectriques ou d'un autre moyen de télécommunication, en vue de sa réception dans plusieurs résidences permanentes ou temporaires ou locaux d'habitation, ou en vue de sa réception par une autre entreprise semblable.

[« entreprise de programmation » "*programming undertaking*"]
« entreprise de programmation » Entreprise de transmission d'émissions soit directement à l'aide d'ondes radioélectriques ou d'un autre moyen de télécommunication, soit par l'intermédiaire d'une entreprise de distribution, en vue de leur réception par le public à l'aide d'un récepteur.

[« entreprise de radiodiffusion » "*broadcasting undertaking*"]
« entreprise de radiodiffusion » S'entend notamment d'une entreprise de distribution ou de programmation, ou d'un réseau.

[« exploitation temporaire d'un réseau » "*temporary...*"]
« exploitation temporaire d'un réseau » Exploitation d'un réseau en vue d'une certaine émission ou série d'émissions couvrant une période maximale de soixante jours.

[« licence » "*licence*"]
« licence » Licence d'exploitation d'une entreprise de radiodiffusion, délivrée par le Conseil aux termes de la présente loi.

[« minister » "*Minister*"]
« ministre » Le membre du Conseil privé de la Reine pour le Canada chargé par le gouverneur en conseil de l'application de la présente loi. [1995, c. 11, al. 43(a)] EEV TR96-69

Son Excellence le Gouverneur en conseil charge, à compter du 12 juillet 1996, le ministre du Patrimoine canadien, de l'application de cette loi. SI/96-72

[« ondes radioélectriques » "*radio waves*"]
« ondes radioélectriques » Ondes électromagnétiques de fréquences inférieures à 3 000 GHz transmises dans l'espace sans guide artificiel.

[« radiodiffusion » "*broadcasting*"]
« radiodiffusion » Transmission, à l'aide d'ondes radioélectriques ou de tout autre moyen de télécommunication, d'émissions encodées ou non et destinées à être reçues par le public à l'aide d'un récepteur, à l'exception de celle qui est destinée à la présentation dans un lieu public seulement.

[« récepteur » "*broadcasting receiving apparatus*"]
« récepteur » Appareil ou ensemble d'appareils conçu pour la réception de radiodiffusion ou pouvant servir à cette fin.

[« réseau » "*network*"]
« réseau » Est assimilée à un réseau toute exploitation où le contrôle de tout ou partie des émissions ou de la programmation d'une ou plusieurs entreprises de radiodiffusion est délégué à une autre entreprise ou personne.

[« Société » "*Corporation*"]
« Société » La Société Radio-Canada, visée à l'article 36.

[Moyen de télécommunication]

(2) Pour l'application de la présente loi, sont inclus dans les moyens de télécommunication les systèmes les systèmes électromagnétiques — notamment les fils, les câbles et les systèmes radio ou optiques —, ainsi que les autres procédés techniques semblables.

[Interprétation]

(3) L'interprétation et l'application de la présente loi doivent se faire de manière compatible avec la liberté d'expression et l'indépendance, en matière de journalisme, de création et de programmation, dont jouissent les entreprises de radiodiffusion.

Politique canadienne de radiodiffusion

[Politique canadienne de radiodiffusion]

3. (1) Il est déclaré que, dans le cadre de la politique canadienne de radiodiffusion :

a) le système canadien de radiodiffusion doit être, effectivement, la propriété des Canadiens et sous leur contrôle;

b) le système canadien de radiodiffusion, composé d'éléments publics, privés et communautaires, utilise des fréquences qui sont du domaine public et offre, par sa programmation essentiellement en français et en anglais, un service public essentiel pour le maintien et la valorisation de l'identité nationale et de la souveraineté culturelle;

c) les radiodiffusions de langues française et anglaise, malgré certains points communs, diffèrent quant à leurs conditions d'exploitation et, éventuellement, quant à leurs besoins;

d) le système canadien de radiodiffusion devrait :

(i) servir à sauvegarder, enrichir et renforcer la structure culturelle, politique, sociale et économique du Canada,

(ii) favoriser l'épanouissement de l'expression canadienne en proposant une très large programmation qui traduise des attitudes, des opinions, des idées, des valeurs et une créativité artistique canadiennes, qui mette en valeur des divertissements faisant appel à des artistes canadiens et qui fournisse de l'information et de l'analyse concernant le Canada et l'étranger considérés d'un point de vue canadien,

(iii) par sa programmation et par les chances que son fonctionnement offre en matière d'emploi, répondre aux besoins et aux intérêts, et refléter la condition et les aspirations, des hommes, des femmes et des enfants canadiens, notamment l'égalité sur le plan des droits, la dualité linguistique et le caractère multiculturel et multiracial de la société canadienne ainsi que la place particulière qu'y occupent les peuples autochtones,

(iv) demeurer aisément adaptable aux progrès scientifiques et techniques;

c) tous les éléments du système doivent contribuer, de la manière qui convient, à la création et la présentation d'une programmation canadienne;

f) toutes les entreprises de radiodiffusion sont tenues de faire appel au maximum, et dans tous les cas au moins de manière prédominante, aux ressources — créatrices et autres — canadiennes pour la création et la présentation de leur programmation à moins qu'une telle pratique ne s'avère difficilement réalisable en raison de la nature du service — notamment, son contenu ou format spécialisé ou l'utilisation qui y est faite de langues autres que le français ou l'anglais — qu'elles fournissent, auquel cas elles devront faire appel aux ressources en question dans toute la mesure du possible;

g) la programmation offerte par les entreprises de radiodiffusion devrait être de haute qualité;

h) les titulaires de licences d'exploitation d'entreprises de radiodiffusion assument la responsabilité de leurs émissions;

i) la programmation offerte par le système canadien de radiodiffusion devrait à la fois :

(i) être variée et aussi large que possible en offrant à l'intention des hommes, femmes et enfants de tous âges, intérêts et goûts une programmation équilibrée qui renseigne, éclaire et divertit,

(ii) puiser aux sources locales, régionales, nationales et internationales,

(iii) renfermer des émissions éducatives et communautaires,

(iv) dans la mesure du possible, offrir au public l'occasion de prendre connaissance d'opinions divergentes sur des sujets qui l'intéressent,

(v) faire appel de façon notable aux producteurs canadiens indépendants;

j) la programmation éducative, notamment celle qui est fournie au moyen d'installations d'un organisme éducatif indépendant, fait partie intégrante du système canadien de radiodiffusion;

k) une gamme de services de radiodiffusion en français et en anglais doit être progressivement offerte à tous les Canadiens, au fur et à mesure de la disponibilité des moyens;

l) la Société Radio-Canada, à titre de radiodiffuseur public national, devrait offrir des services de radio et de télévision qui comportent une très large programmation qui renseigne, éclaire et divertit;

m) la programmation de la Société devrait à la fois :

(i) être principalement et typiquement canadienne,

(ii) refléter la globalité canadienne et rendre compte de la diversité régionale du pays, tant au plan national qu'au niveau régional, tout en répondant aux besoins particuliers des régions,

(iii) contribuer activement à l'expression culturelle et à l'échange des diverses formes qu'elle peut prendre,

(iv) être offerte en français et en anglais, de manière à refléter la situation et les besoins particuliers des deux collectivités de langue officielle, y compris ceux des minorités de l'une ou l'autre langue,

(v) chercher à être de qualité équivalente en français et en anglais,

(vi) contribuer au partage d'une conscience et d'une identité nationales,

(vii) être offerte partout au Canada de la manière la plus adéquate et efficace, au fur et à mesure de la disponibilité des moyens,

(viii) refléter le caractère multiculturel et multiracial du Canada;

n) les conflits entre les objectifs de la Société énumérés aux alinéas l) et m) et les intérêts de toute autre entreprise de radiodiffusion du système canadien de radiodiffusion doivent être résolus dans le sens de l'intérêt public ou, si l'intérêt public est également assuré, en faveur des objectifs énumérés aux alinéas l) et m);

o) le système canadien de radiodiffusion devrait offrir une programmation qui reflète les cultures autochtones du Canada, au fur et à mesure de la disponibilité des moyens;

p) le système devrait offrir une programmation adaptée aux besoins des personnes atteintes d'une déficience, au fur et à mesure de la disponibilité des moyens;

q) sans qu'il soit porté atteinte à l'obligation qu'ont les entreprises de radiodiffusion de fournir la programmation visée à l'alinéa *i*), des services de programmation télévisée complémentaires, en anglais et en français, devraient au besoin être offerts afin que le système canadien de radiodiffusion puisse se conformer à cet alinéa;

r) la programmation offerte par ces services devrait à la fois :

(i) être innovatrice et compléter celle qui est offerte au grand public,

(ii) répondre aux intérêts et goûts de ceux que la programmation offerte au grand public laisse insatisfaits et comprendre des émissions consacrées aux arts et à la culture,

(iii) refléter le caractère multiculturel du Canada et rendre compte de sa diversité régionale,

(iv) comporter, autant que possible, des acquisitions plutôt que des productions propres,

(v) être offerte partout au Canada de la manière la plus rentable, compte tenu de la qualité;

s) les réseaux et les entreprises de programmation privés devraient, dans la mesure où leurs ressources financières et autres le leur permettent, contribuer de façon notable à la création et à la présentation d'une programmation canadienne tout en demeurant réceptifs à l'évolution de la demande du public;

t) les entreprises de distribution :

(i) devraient donner priorité à la fourniture des services de programmation canadienne, et ce en particulier par les stations locales canadiennes,

(ii) devraient assurer efficacement, à l'aide des techniques les plus efficientes, la fourniture de la programmation à des tarifs abordables,

(iii) devraient offrir des conditions acceptables relativement à la fourniture, la combinaison et la vente des services de programmation qui leur sont fournis, aux termes d'un contrat, par les entreprises de radiodiffusion,

(iv) peuvent, si le Conseil le juge opportun, créer une programmation — locale ou autre — de nature à favoriser la réalisation des objectifs de la politique canadienne de radiodiffusion, et en particulier à permettre aux minorités linguistiques et culturelles mal desservies d'avoir accès aux services de radiodiffusion.

[Déclaration]

(2) Il est déclaré en outre que le système canadien de radiodiffusion constitue un système unique et que la meilleure façon d'atteindre les objectifs de la politique canadienne de radiodiffusion consiste à confier la réglementation et la surveillance du système canadien de radiodiffusion à un seul organisme public autonome.

Application

[Obligation de Sa Majesté]

4. (1) La présente loi lie Sa Majesté du chef du Canada ou d'une province.

[Application]

(2) La présente loi s'applique aux entreprises de radiodiffusion exploitées — même en partie — au Canada ou à bord :

a) d'un navire, bâtiment ou aéronef soit immatriculé ou bénéficiant d'un permis délivré aux termes d'une loi fédérale, soit appartenant à Sa Majesté du chef du Canada ou d'une province, ou relevant de sa compétence ou de son autorité;

b) d'un véhicule spatial relevant de la compétence ou de l'autorité de Sa Majesté du chef du Canada ou d'une province, ou de celle d'un citoyen canadien, d'un résident du Canada ou d'une personne morale constituée ou résidant au Canada;

c) d'une plate-forme, installation, construction ou formation fixée à la terre dans une zone sous-marine qui est contiguë au littoral canadien et s'étend sur tout le prolongement naturel du territoire terrestre canadien jusqu'au rebord externe de la marge continentale, ou jusqu'à deux cents milles marins des lignes de base à partir desquelles est mesurée la largeur de la mer territoriale canadienne là où le rebord se trouve à une distance inférieure.

[Idem]

(3) La présente loi s'applique aux entreprises de radiodiffusion exploitées ou non dans un but lucratif ou dans le cours d'une autre activité.

[Exploitants de télécommunications]

(4) Il demeure entendu que la présente loi ne s'applique pas aux entreprises de télécommunications — au sens de la *Loi sur les télécommunications* — n'agissant qu'à ce titre.

Partie II
Mission et pouvoirs du Conseil en matière de radiodiffusion

Mission

[Mission]

5. (1) Sous réserve des autres dispositions de la présente loi, ainsi que de la *Loi sur la radiocommunication* et des instructions qui lui sont données par le gouverneur en conseil sous le régime de la présente loi, le Conseil réglemente et surveille tous les aspects du système canadien de radiodiffusion en vue de mettre en oeuvre la politique canadienne de radiodiffusion.

[Réglementation et surveillance]

(2) La réglementation et la surveillance du système devraient être souples et à la fois :

a) tenir compte des caractéristiques de la radiodiffusion dans les langues française et anglaise et des conditions différentes d'exploitation auxquelles sont soumises les entreprises de radiodiffusion qui diffusent la programmation dans l'une ou l'autre langue;

b) tenir compte des préoccupations et des besoins régionaux;

c) pouvoir aisément s'adapter aux progrès scientifiques et techniques;

d) favoriser la radiodiffusion à l'intention des Canadiens;

e) favoriser la présentation d'émissions canadiennes aux Canadiens;

f) permettre la mise au point de techniques d'information et leur application ainsi que la fourniture aux Canadiens des services qui en découlent;

g) tenir compte du fardeau administratif qu'elles sont susceptibles d'imposer aux exploitants d'entreprises de radiodiffusion.

[Conflit]

(3) Le Conseil privilégie, dans les affaires dont il connaît, les objectifs de la politique canadienne de radiodiffusion en cas de conflit avec ceux prévus au paragraphe (2).

Équité en matière d'emploi

(4) Les entreprises de radiodiffusion qui sont assujetties à la *Loi sur l'équité en matière d'emploi* ne relèvent pas des pouvoirs du Conseil pour ce qui est de la réglementation et de la surveillance du domaine de l'équité en matière d'emploi.

[Directives du Conseil]

6. Le Conseil peut à tout moment formuler des directives — sans pour autant être lié par celles-ci — sur toute question relevant de sa compétence au titre de la présente loi.

[Instructions du gouverneur en conseil]

7. (1) Sous réserve du paragraphe (2) et de l'article 8, le gouverneur en conseil peut, par décret, donner au Conseil, au chapitre des grandes questions d'orientation en la matière, des instructions d'application générale relativement à l'un ou l'autre des objectifs de la politique canadienne de radiodiffusion ou de la réglementation et de la surveillance du système canadien de radiodiffusion.

[Effet limité]

(2) Le décret ne peut toutefois prévoir l'attribution nominative d'une licence ni la modification, le renouvellement, la suspension ou la révocation d'une licence en particulier.

[Effet obligatoire]

(3) Le décret lie le Conseil à compter de son entrée en vigueur et, en cas de mention expresse à cet effet, s'applique, sous réserve du paragraphe (4), aux affaires alors en instance devant lui.

[Idem]

(4) Le décret ne s'applique, à la date de sa prise d'effet, aux affaires en instance devant le Conseil qui touchent aux licences et à l'égard desquelles le délai d'intervention est expiré que si l'expiration a eu lieu plus d'un an auparavant.

[Dépôt]

(5) Copie du décret est déposée devant chaque chambre du Parlement dans les quinze jours de séance de celle-ci suivant sa prise.

[Consultation]

(6) Le ministre consulte le Conseil avant la prise d'un décret par le gouverneur en conseil au titre du présent article.

[Projet de décret]

8. (1) Le ministre fait publier dans la *Gazette du Canada* et déposer devant chaque chambre du Parlement un projet du décret que le gouverneur en conseil se propose de prendre au titre de l'article 7. Le projet publié est assorti d'un avis invitant les intéressés à faire leurs observations à cet égard au ministre.

[Renvoi]

(2) Le projet de décret ainsi déposé est automatiquement renvoyé devant le comité de la chambre qu'elle juge indiqué.

[Prise d'un décret]

(3) Le gouverneur en conseil peut, après le quarantième jour de séance du Parlement suivant le dépôt devant chaque chambre, prendre un décret au titre de l'article 7 qui reprend le projet, dans sa forme originale ou non, selon ce qu'il estime indiqué.

[Consultation]

(4) Le ministre consulte le Conseil avant la publication et le dépôt du projet de décret.

[Jour de séance]

(5) Pour l'application du présent article, « jour de séance du Parlement » s'entend d'un jour où l'une ou l'autre chambre siège.

Pouvoirs généraux

[Catégories de licences]

9. (1) Sous réserve des autres dispositions de la présente partie, le Conseil peut, dans l'exécution de sa mission :

a) établir des catégories de licences;

b) attribuer des licences pour les périodes maximales de sept ans et aux conditions liées à la situation du titulaire qu'il estime indiquées pour la mise en oeuvre de la politique canadienne de radiodiffusion, et, dans le cas de licences attribuées à la Société, lui permettant, à son avis, d'offrir la programmation visée aux alinéas 3(1)*l*) et *m*);

c) modifier les conditions d'une licence soit sur demande du titulaire, soit, plus de cinq ans après son attribution ou son renouvellement, de sa propre initiative;

d) renouveler les licences pour les périodes maximales de sept ans et aux conditions visées à l'alinéa *b*);

e) suspendre ou révoquer toute licence;

f) obliger les titulaires de licences à obtenir l'approbation préalable par le Conseil des contrats passés avec les exploitants de télécommunications pour la distribution — directement au public — de programmation au moyen de l'équipement de ceux-ci;

g) obliger les titulaires de licences d'exploitation d'entreprises de distribution à privilégier la fourniture de radiodiffusion;

h) obliger ces titulaires à offrir certains services de programmation selon les modalités qu'il précise.

[Restriction]

(2) Malgré les paragraphes (1) et 28(3), les licences des entreprises de distribution ne peuvent être assujetties à l'obligation de substituer tout matériel aux messages publicitaires portés par un signal de radiodiffusion qu'elles reçoivent.

[Exception]

(3) Le paragraphe (2) ne s'applique pas aux conditions des licences renouvelées après le 4 octobre 1987 dans la mesure où le titulaire s'y conformait avant cette date.

[Exemptions]

(4) Le Conseil soustrait, par ordonnance et aux conditions qu'il juge indiquées, les exploitants d'entreprise de radiodiffusion de la catégorie qu'il précise de toute obligation découlant soit de la présente partie, soit de ses règlements d'application, dont il estime l'exécution sans conséquence majeure sur la mise en oeuvre de la politique canadienne de radiodiffusion.

[Règlements]

10. (1) Dans l'exécution de sa mission, le Conseil peut, par règlement :

a) fixer la proportion du temps d'antenne à consacrer aux émissions canadiennes;

b) définir « émission canadienne » pour l'application de la présente loi;

c) fixer les normes des émissions et l'attribution du temps d'antenne pour mettre en oeuvre la politique canadienne de radiodiffusion;

d) régir la nature de la publicité et le temps qui peut y être consacré;

e) fixer la proportion du temps d'antenne pouvant être consacrée à la radiodiffusion d'émissions — y compris les messages publicitaires et annonces — de nature partisane, ainsi que la répartition équitable de ce temps entre les partis politiques et les candidats;

f) fixer les conditions d'exploitation des entreprises de programmation faisant partie d'un réseau ainsi que les conditions de radiodiffusion des émissions de réseau et déterminer le temps d'antenne à réserver à celles-ci par ces entreprises;

g) régir la fourniture de services de programmation — même étrangers — par les entreprises de distribution.

h) pourvoir au règlement — notamment par la médiation — de différends concernant la fourniture de programmation et survenant entre les entreprises de programmation qui la transmettent et les entreprises de distribution;

i) préciser les renseignements que les titulaires de licences doivent lui fournir en ce qui concerne leurs émissions et leur situation financière ou, sous tout autre rapport, la conduite et la direction de leurs affaires;

j) régir la vérification et l'examen des livres de comptes et registres des titulaires de licences par le Conseil ou ses représentants;

k) prendre toute autre mesure qu'il estime nécessaire à l'exécution de sa mission.

[Application]

(2) Les règlements s'appliquent soit à tous les titulaires de licences, soit à certaines catégories d'entre eux.

[Publication et observations]

(3) Les projets de règlement sont publiés dans la *Gazette du Canada*, les titulaires de licences et autres intéressés se voyant accorder la possibilité de présenter leurs observations à cet égard.

[Règlements : droits]

11. (1) Le Conseil peut, par règlement :

a) avec l'approbation du Conseil du Trésor, fixer les tarifs des droits à acquitter par les titulaires de licences de toute catégorie;

b) à cette fin, établir des catégories de titulaires de licences;

c) prévoir le paiement des droits à acquitter par les titulaires de licences, y compris les modalités de celui-ci;

d) régir le paiement d'intérêt en cas de paiement tardif des droits;

e) prendre toute autre mesure d'application du présent article qu'il estime nécessaire.

[Critères]

(2) Les règlements d'application de l'alinéa (1)*a*) peuvent prévoir le calcul des droits en fonction de certains critères que le Conseil juge indiqués notamment :

a) les revenus des titulaires de licences;

b) la réalisation par ceux-ci des objectifs fixés par le Conseil, y compris ceux qui concernent la radiodiffusion d'émissions canadiennes;

c) la clientèle desservie par ces titulaires.

[Application : limite]

(3) Les règlements pris en application du paragraphe (1) ne s'appliquent pas à la Société ou aux titulaires de licences d'exploitation — pour le compte de Sa Majesté du chef d'une province — d'entreprises de programmation.

[Créances de Sa Majesté]

(4) Les droits imposés au titre du présent article et l'intérêt sur ceux-ci constituent des créances de Sa Majesté du chef du Canada, dont le recouvrement peut être poursuivi à ce titre devant tout tribunal compétent.

[Publication et observations]

(5) Les projets de règlement sont publiés dans la *Gazette du Canada*, les titulaires de licences et autres intéressés se voyant accorder la possibilité de présenter au Conseil leurs observations à cet égard.

[Compétence]

12. (1) Le Conseil peut connaître de toute question pour laquelle il estime :

a) soit qu'il y a eu ou aura manquement — par omission ou commission — aux termes d'une licence, à la présente partie ou aux ordonnances, décisions ou règlements pris par lui en application de celle-ci;

b) soit qu'il peut avoir à rendre une décision ou ordonnance ou à donner une permission, sanction ou approbation dans le cadre de la présente partie ou de ses textes d'application.

[Ordres et interdiction]

(2) Le Conseil peut, par ordonnance, soit imposer l'exécution, dans le délai et selon les modalités qu'il détermine, des obligations découlant de la présente partie ou des ordonnances, décisions ou règlements pris par lui ou des licences attribuées par lui en application de celle-ci, soit interdire ou faire cesser quoi que ce soit qui y contrevient.

[Réexamen par le Conseil]

(3) Toute personne touchée par l'ordonnance d'un comité chargé, en application de l'article 20, d'entendre et de décider d'une question visée au paragraphe (1) peut, dans les trente jours suivant l'ordonnance, demander au Conseil de réexaminer la décision ou les conclusions du comité, lesquelles peuvent être annulées ou modifiées par le Conseil, après ou sans nouvelle audition.

[Assimilation à des ordonnances judiciaires]

13. (1) Les ordonnances du Conseil visées au paragraphe 12(2) peuvent être assimilées à des ordonnances de la Cour fédérale ou d'une cour supérieure d'une province, le cas échéant, leur exécution s'effectue selon les mêmes modalités.

[Moyens de l'assimilation]

(2) L'assimilation peut se faire soit conformément aux règles de pratique et de procédure de la cour applicables en l'occurrence, soit par dépôt, par le Conseil, d'une copie de l'ordonnance certifiée conforme auprès du greffier de la cour. Dans ce dernier cas, l'assimilation est effectuée au moment du dépôt.

[Annulation ou modification]

(3) Les ordonnances du Conseil qui annulent ou modifient celles déjà assimilées à des ordonnances d'une cour sont réputées annuler celles-ci et peuvent, selon les mêmes modalités, faire l'objet d'une assimilation.

[Recherche]

14. (1) Le Conseil peut entreprendre, parrainer, promouvoir ou aider toute recherche sur des questions relevant de sa compétence au titre de la présente loi; ce faisant, il doit, s'il y a lieu et si cela est possible, utiliser l'information et les conseils d'ordre technique, économique et statistique de la Société ou des ministères ou autres organismes fédéraux.

[Questions d'ordre technique]

(2) Le Conseil étudie toute question d'ordre technique concernant la radiodiffusion dont le saisit le ministre et lui fait les recommandations indiquées.

[Audiences et rapports]

15. (1) Sur demande du gouverneur en conseil, le Conseil tient des audiences ou fait rapport sur toute question relevant de sa compétence au titre de la présente loi.

[Consultation]

(2) Le ministre consulte le Conseil avant la transmission d'une demande par le gouverneur en conseil.

[Attributions]

16. Le Conseil a, pour la comparution, la prestation de serment et l'interrogatoire des témoins aux audiences tenues en application de la présente partie, ainsi que pour la production et l'examen des pièces, l'exécution de ses ordonnances, la visite des lieux ou l'examen des biens et toutes autres questions concernant ces audiences, les attributions d'une cour supérieure d'archives.

[Compétence]

17. Le Conseil connaît de toute question de droit ou de fait dans les affaires relevant de sa compétence au titre de la présente loi.

Audiences et procédure

[Audiences publiques : obligation]

18. (1) Sont subordonnées à la tenue d'audiences publiques par le Conseil, sous réserve de disposition contraire, l'attribution, la révocation ou la suspension de licences — à l'exception de l'attribution d'une licence d'exploitation temporaire d'un réseau —, ainsi que l'établissement des objectifs mentionnés à l'alinéa 11(2)*b*) et la prise d'une ordonnance au titre du paragraphe 12(2).

[Idem]

(2) La modification et le renouvellement de licences font aussi l'objet de telles audiences sauf si le Conseil estime que l'intérêt public ne l'exige pas.

[Audiences publiques : faculté]

(3) Les plaintes et les observations présentées au Conseil, de même que toute autre question relevant de sa compétence au titre de la présente loi, font l'objet de telles audiences, d'un rapport et d'une décision — notamment une approbation — si le Conseil l'estime dans l'intérêt public.

[Lieu]

(4) Les audiences publiques se tiennent, au Canada, au lieu désigné par le président du Conseil.

[Avis]

19. Le Conseil donne avis, dans la *Gazette du Canada* et dans un ou plusieurs journaux largement diffusés dans la région touchée ou susceptible de l'être, de toute demande d'attribution, de modification ou de renouvellement de licences — à l'exception des licences d'exploitation temporaire d'un réseau — reçue par lui, des audiences publiques à tenir par le Conseil et de ses décisions à cet égard.

[Comités]

20. (1) Le président du Conseil peut former des comités — composés d'au moins trois conseillers dont deux à temps plein — chargés de connaître et décider, au nom du Conseil, des affaires dont celui-ci est saisi.

[Pouvoirs]

(2) Les comités ont, pour l'étude des affaires qui leur sont soumises, les pouvoirs et fonctions du Conseil.

[Décision]

(3) Les comités prennent leurs décisions à la majorité de leurs membres.

[Consultation]

(4) Les membres du comité doivent consulter le Conseil — et peuvent aussi consulter les agents de celui-ci — afin d'assurer l'uniformité de l'interprétation de la politique canadienne de radiodiffusion, des objectifs prévus au paragraphe 5(2) et des règlements d'application des articles 10 et 11.

[Règles]

21. Le Conseil peut établir des règles régissant l'instruction des affaires dont il est saisi, notamment la procédure applicable à la présentation des demandes d'attribution, de modification, de renouvellement, de suspension ou de révocation de licences, la présentation des observations et des plaintes et le déroulement des audiences.

Licences

[Interdiction relative aux licences]

22. (1) Il est interdit d'attribuer, de modifier ou de renouveler, dans le cadre de la présente partie, une licence soit en contravention avec les instructions données par le gouverneur en conseil en application du paragraphe 26(1), soit — sous réserve du paragraphe (2) — avant que le ministre ait certifié au Conseil que le demandeur, d'une part, a satisfait aux exigences de la *Loi sur la radiocommunication* et de ses règlements d'application, d'autre part, a obtenu ou obtiendra un certificat de radiodiffusion à l'égard de l'appareil radio en cause.

[Exemption]

(2) Sont soustraits à l'obligation de certification ministérielle les appareils radio ou catégories de ceux-ci visés par les règlements d'application de l'alinéa 6(1)*m*) de la *Loi sur la radiocommunication*.

[Suspension ou révocation du certificat]

(3) La licence est invalidée par la suspension ou la révocation du certificat de radiodiffusion délivré sous le régime de la *Loi sur la radiocommunication*, pour les appareils radio que le titulaire de la licence a le droit d'exploiter aux termes de celle-ci.

[Contravention : sanction]

(4) Les licences attribuées, modifiées ou renouvelées en contravention avec le présent article sont sans effet.

[Consultation]

23. (1) Le Conseil consulte la Société, sur demande de celle-ci, au sujet des conditions dont il se propose d'assortir les licences qui lui sont ou lui seront attribuées.

[Renvoi au ministre]

(2) La Société peut soumettre à l'examen du ministre, dans les trente jours suivant la décision du Conseil, la condition dont celui-ci a, malgré cette consultation, assorti sa licence si elle a la conviction que cette condition la gênerait outre mesure dans la fourniture de la programmation visée aux alinéas 3(1)*l*) et *m*).

[Instructions du ministre]

(3) Sous réserve du paragraphe (4), le ministre peut, dans les quatre-vingt-dix jours suivant la saisine visée au paragraphe (2), donner au Conseil au sujet de la condition contestée des instructions écrites qui lient celui-ci.

[Consultation préalable]

(4) Le ministre consulte le Conseil et la Société avant l'établissement des instructions.

[Publication et dépôt]

(5) Les instructions sont publiées sans délai dans la *Gazette du Canada* et déposées devant chaque chambre du Parlement dans les quinze jours de séance de celle-ci suivant leur établissement.

[Conditions de révocation et de suspension]

24. (1) Sauf sur demande du titulaire ou avec son consentement, il est interdit de révoquer ou de suspendre une licence, dans le cadre de la présente partie, à moins qu'au terme d'une audience publique le Conseil ne soit convaincu que le titulaire :

a) soit ne s'est pas conformé aux conditions attachées à sa licence, aux ordonnances rendues au titre du paragraphe 12(2) ou aux règlements d'application de la présente partie;

b) soit à un moment donné au cours des deux ans précédant la publication de l'avis de l'audience, s'est trouvé être une personne à qui la licence n'aurait pas alors pu être attribuée aux termes des instructions données par le gouverneur en conseil au titre de la présente loi.

[Licences de la Société]

(2) Les licences attribuées à la Société et mentionnées à l'annexe ne peuvent, sauf avec son consentement ou à sa demande, être suspendues ou révoquées en application de la présente partie.

[Transmission et publication de la décision]

(3) Copie de la décision de révocation ou de suspension d'une licence et de ses motifs est sans délai adressée par courrier recommandé affranchi à toutes les personnes entendues à l'audience publique ou ayant présenté des observations verbales relativement à celle-ci. Le résumé de la décision et des motifs est simultanément publié dans la *Gazette du Canada* et dans un ou plusieurs journaux largement diffusés dans la région touchée ou susceptible de l'être.

[Manquement reproché à la Société]

25. (1) Lorsqu'il est convaincu, après avoir tenu une audience publique sur la question, que la Société ne s'est pas conformée à une condition attachée à une licence mentionnée à l'annexe, à une ordonnance rendue au titre du paragraphe 12(2) ou aux règlements d'application de la présente partie, le Conseil remet au ministre un rapport exposant les circonstances du manquement reproché, ses conclusions ainsi que, le cas échéant, ses observations ou recommandations à ce sujet.

[Dépôt]

(2) Le ministre fait déposer une copie du rapport devant chaque chambre du Parlement dans les quinze jours de séance de celle-ci suivant sa réception.

Pouvoirs généraux du gouverneur en conseil

[Instructions]

26. (1) Le gouverneur en conseil peut, par décret, donner des instructions au Conseil en ce qui touche :

a) le nombre maximal de canaux ou de fréquences pour l'utilisation desquels des licences peuvent être attribuées dans une région donnée;

b) les canaux ou les fréquences à réserver à l'usage de la Société ou à toute fin particulière;

c) les catégories de demandeurs non admissibles à l'attribution, à la modification ou au renouvellement de licences;

d) les cas dans lesquels il peut attribuer des licences à des demandeurs qui agissent à titre de mandataires d'une province et qui n'ont normalement pas droit à celles-ci et leurs conditions d'attribution.

[Idem]

(2) Le gouverneur en conseil peut, par décret, ordonner au Conseil d'adresser aux titulaires de licences de catégories données, sur l'ensemble ou une partie du territoire canadien, un avis leur enjoignant de radiodiffuser toute émission jugée par lui-même avoir un caractère d'urgence et une grande importance pour la population canadienne ou pour les personnes qui résident dans la région en cause. Le destinataire est lié par l'avis.

[Publication et dépôt]

(3) Les décrets pris en application du présent article sont publiés sans délai dans la Gazette du Canada et copie en est déposée devant chaque chambre du Parlement dans les quinze jours de séance suivant leur prise.

[Consultation]

(4) Le ministre consulte le Conseil avant la prise d'un décret au titre du paragraphe (1).

[Instructions : Accord de libre-échange]

27. (1) Le gouverneur en conseil peut, soit de sa propre initiative, soit sur recommandation du ministre faite à la demande du Conseil, donner des instructions générales à celui-ci sur l'application ou sur l'interprétation à donner au paragraphe 3 de l'article 2006 de l'Accord dans le cadre de la présente loi.

[Effet]

(2) Dès leur prise d'effet, les instructions lient le Conseil même, sauf indication contraire, en ce qui concerne les affaires en cours.

[Demande d'interprétation]

(3) Le Conseil peut suspendre toute affaire dont il est saisi afin de formuler la demande d'instructions.

[Définition de « Accord »]

(4) Pour l'application du présent article, « Accord » s'entend au sens de la *Loi de mise en oeuvre de l'Accord de libre-échange Canada—États-Unis*.

[Annulation ou renvoi au Conseil]

28. (1) Le gouverneur en conseil peut, par décret pris dans les quatre-vingt-dix jours suivant la décision en cause, sur demande écrite reçue dans les quarante-cinq jours suivant celle-ci ou de sa propre initiative, annuler ou renvoyer au Conseil pour réexamen et nouvelle audience la décision de celui-ci d'attribuer, de modifier ou de renouveler une licence, s'il est convaincu que la décision en cause ne va pas dans le sens des objectifs de la politique canadienne de radiodiffusion.

[Décret de renvoi]

(2) Le décret de renvoi doit exposer en détail toute question pertinente, de l'avis du gouverneur en conseil, en ce qui touche le réexamen.

[Pouvoirs du Conseil après renvoi]

(3) Le Conseil réétudie la question qui lui est renvoyée et peut, après la nouvelle audience, soit annuler la décision ou l'attribution — avec ou sans attribution à une autre personne aux mêmes conditions ou à d'autres —, la modification ou le renouvellement qui en découlent, soit les confirmer, avec ou sans changement.

[Annulation après confirmation]

(4) S'il est convaincu de l'un ou l'autre des points mentionnés au paragraphe (1), le gouverneur en conseil peut, par décret pris dans les soixante jours de la confirmation en cause, soit sur demande écrite reçue dans les trente jours suivant celle-ci, soit de sa propre initiative, annuler la décision, l'attribution, la modification ou le renouvellement qui en font l'objet.

[Motifs]

(5) Le décret d'application du paragraphe (4) qui annule une décision ou l'attribution, la modification ou le renouvellement d'une licence doit exposer les motifs du gouverneur en conseil.

[Copie de la demande au Conseil]

29. (1) Copie de la demande visée aux paragraphes 28(1) ou (4) est simultanément transmise, par son auteur, au Conseil.

[Copie aux parties]

(2) Aussitôt qu'il l'a lui-même reçue, le Conseil adresse copie de la demande par courrier recommandé affranchi à toutes les personnes entendues à l'audience visée ou ayant présenté des observations verbales relativement à celle-ci.

[Registre]

(3) Le Conseil tient un registre public dans lequel sont conservées les copies de demandes reçues par lui.

[Modification de l'annexe]

30. Le gouverneur en conseil peut, sur recommandation du ministre faite à la demande du Conseil et avec l'accord de la Société, modifier l'annexe de la présente loi.

Décisions et ordonnances

[Caractère définitif]

31. (1) Sauf exceptions prévues par la présente partie, les décisions et ordonnances du Conseil sont définitives et sans appel.

[Cas d'appel : Cour fédérale]

(2) Les décisions et ordonnances du Conseil sont susceptibles d'appel, sur une question de droit ou de compétence, devant la Cour d'appel fédérale. L'exercice de cet appel est toutefois subordonné à l'autorisation de la cour, la demande en ce sens devant être présentée dans le mois qui suit la prise de la décision ou ordonnance attaquée ou dans le délai supplémentaire accordé par la cour dans des circonstances particulières.

[Délai d'appel]

(3) L'appel doit être interjeté dans les soixante jours suivant l'autorisation.

[Assimilation à des décisions ou ordonnances du Conseil]

(4) Les documents émanant du Conseil sous forme de décision ou d'ordonnance, s'ils concernent l'attribution, la modification, le renouvellement, l'annulation, ou la suspension d'une licence, sont censés être, pour l'application du présent article, des décisions ou ordonnances du Conseil.

Infractions

[Exploitation illégale ou irrégulière]

32. (1) Quiconque exploite une entreprise de radiodiffusion sans licence et sans avoir été soustrait à l'obligation d'en détenir une commet une infraction et encourt, sur déclaration de culpabilité par procédure sommaire, pour chacun des jours au cours desquels se continue l'infraction :

a) dans le cas d'une personne physique, une amende maximale de vingt mille dollars;

b) dans le cas d'une personne morale, une amende maximale de deux cent mille dollars.

[Contravention à un règlement]

(2) Quiconque ne se conforme pas à un décret, un règlement ou une ordonnance pris en application de la présente partie commet une infraction et encourt, sur déclaration de culpabilité par procédure sommaire :

a) dans le cas d'une personne physique, une amende maximale de vingt-cinq mille dollars pour la première infraction et de cinquante mille dollars en cas de récidive;

b) dans le cas d'une personne morale, une amende maximale de deux cent cinquante mille dollars pour la première infraction et de cinq cent mille dollars en cas de récidive.

[Inobservation des conditions d'une licence]

33. Quiconque ne se conforme pas aux conditions attachées à sa licence commet une infraction punissable sur déclaration de culpabilité par procédure sommaire.

[Prescription]

34. La poursuite d'une infraction visée au paragraphe 32(2) ou à l'article 33 se prescrit par deux ans à compter de la perpétration.

Partie III
Société Radio-Canada

Définitions

[Définitions]

35. (1) Les définitions qui suivent s'appliquent à la présente partie.

[« administrateur » "*director*"]
« administrateur » Tout administrateur de la Société.

[« conseil d'administration » "*Board*"]
« conseil d'administration » Le conseil d'administration de la Société.

[« filiale à cent pour cent » "*wholly-owned subsidiary*"]
« filiale à cent pour cent » S'entend au sens de la partie X de la Loi sur la gestion des finances publiques.

[« président du conseil » "*Chairperson*"]
« président du conseil » Le président du conseil d'administration de la Société.

[« président-directeur général » "*President*"]
« président-directeur général » Le président-directeur général de la Société.

[« vérificateur » "*auditor*"]
« vérificateur » Le vérificateur de la Société.

[Déclaration de principe]

(2) Toute interprétation ou application de la présente partie doit contribuer à promouvoir et à valoriser la liberté d'expression, ainsi que l'indépendance en matière de journalisme, de création et de programmation, dont jouit la Société dans la réalisation de sa mission et l'exercice de ses pouvoirs.

Maintien

[Maintien]

36. (1) Est maintenue et composée des personnes qui en forment le conseil d'administration la personne morale constituée sous la dénomination de « Société Radio-Canada ».

[Conseil d'administration]

(2) Est constitué un conseil d'administration composé de douze administrateurs, dont son président et le président-directeur général, nommés par le gouverneur en conseil.

[Mandat]

(3) Les administrateurs occupent leur poste, pour un mandat maximal de cinq ans, à titre inamovible, sous réserve de révocation motivée de la part du gouverneur en conseil.

[Reconduction du mandat]

(4) Sous réserve de l'article 38, les mandats du président du conseil et du président-directeur général peuvent être reconduits de même que celui des autres administrateurs. Ceux-ci ne peuvent toutefois recevoir, dans l'année qui suit deux mandats consécutifs, d'autre mandat que celui de président du conseil ou de président-directeur général.

[Prolongation de mandat]

(5) Par dérogation aux paragraphes (3) et (4) s'il n'est pas pourvu à leur succession, le mandat des administrateurs se prolonge jusqu'à la nomination de leur remplaçant.

[Serment ou affirmation solennelle]

37. Avant leur entrée en fonctions, les administrateurs prêtent et souscrivent ou font, selon le cas, le serment ou l'affirmation solennelle suivants, devant le greffier du Conseil privé, au bureau duquel ils sont déposés :

Je, ..., jure (ou déclare) solennellement que j'exercerai de mon mieux, fidèlement, sincèrement et impartialement, les fonctions de ..... (*Ajouter, en cas de prestation de serment* : Ainsi Dieu me soit en aide.)

[Qualités requises]

38. (1) Nul ne peut être nommé administrateur ni continuer à occuper cette charge s'il n'est pas un citoyen canadien résidant habituellement au Canada ou si, directement ou indirectement — notamment en qualité de propriétaire, d'actionnaire, d'administrateur, de dirigeant ou d'associé — il participe à une entreprise de radiodiffusion, il possède un intérêt pécuniaire ou un droit de propriété dans celle-ci ou il a pour principale activité la production ou la distribution de matériaux ou sujets d'émissions essentiellement destinés à être utilisés par celle-ci.

[Cession de droits ou d'intérêts]

(2) Les administrateurs sont tenus de se départir entièrement, dans les trois mois suivant leur transmission, des droits ou intérêts incompatibles avec leur charge et dévolus, à titre personnel, par succession testamentaire ou autre.

[Gestion]

39. Sous réserve des autres dispositions de la présente partie, le conseil d'administration est chargé de la gestion des activités de la Société.

[Responsabilité parlementaire]

40. La Société est responsable en dernier ressort devant le Parlement, par l'intermédiaire du ministre, de l'exercice de ses activités.

Président du conseil

[Attributions]

41. (1) Le président du conseil préside les réunions du conseil d'administration et exerce les attributions que lui confèrent les règlements administratifs de la Société.

[Charge à temps partiel]

(2) La charge de président du conseil s'exerce à temps partiel.

[Intérim]

(3) En cas d'absence ou d'empêchement du président du conseil ou de vacance de son poste, sa charge est assumée par le président-directeur général ou, en cas d'absence ou d'empêchement de celui-ci ou de vacance de son poste, par l'administrateur nommé à cette fin par le conseil d'administration pour un mandat maximal — sauf consentement du gouverneur en conseil — de soixante jours.

Président-directeur général

[Attributions]

42. (1) Le président-directeur général est le premier dirigeant de la Société; à ce titre, il en assure la direction et contrôle la gestion de son personnel et peut exercer les autres attributions que lui confèrent les règlements administratifs de la Société.

[Charge à temps plein]

(2) La charge de président-directeur général s'exerce à temps plein.

[Intérim]

(3) En cas d'absence ou d'empêchement du président-directeur général ou de vacance de son poste, sa charge est assumée par l'agent de la Société nommé à cette fin par le conseil d'administration pour un mandat maximal — sauf consentement du gouverneur en conseil — de soixante jours.

Rémunération

[Président du conseil et président-directeur général]

43. (1) La Société verse au président du conseil et au président-directeur général la rémunération calculée au taux fixé par le gouverneur en conseil.

[Autres administrateurs]

(2) La Société verse aux administrateurs — à l'exclusion du président du conseil et du président-directeur général — les honoraires fixés par règlement administratif pour leur présence aux réunions du conseil d'administration et celles des comités.

[Frais de déplacement et de séjour]

(3) Les administrateurs sont indemnisés, conformément aux règlements administratifs, des frais de déplacement et de séjour exposés dans l'exercice de leurs fonctions.

Personnel

[Embauche]

44. (1) La Société peut, en son propre nom, employer le personnel qu'elle estime nécessaire à la poursuite de ses activités.

[Conditions d'emploi]

(2) Les conditions d'emploi et la rémunération du personnel sont, sous réserve des règlements administratifs pris en application de l'article 51, fixées à l'appréciation du conseil d'administration.

[Statut]

(3) Les membres du personnel ne sont ni des fonctionnaires ni des préposés de Sa Majesté.

Comités permanents

[Constitution]

45. (1) Sont constitués par le conseil d'administration deux comités permanents, l'un sur la radiodiffusion de langue française et l'autre sur la radiodiffusion de langue anglaise, composés, en plus du président du conseil et du président-directeur général, du nombre d'administrateurs que le conseil d'administration estime indiqué.

[Président du comité]

(2) Le président du conseil ou, en son absence, le président-directeur général préside les réunions de chacun des comités.

[Remplaçant]

(3) Le président du conseil nomme un administrateur pour le remplacer, en son absence et en celle du président-directeur général, en tant que président de chaque comité.

[Fonctions]

(4) Les comités exercent, relativement à la radiodiffusion de langue correspondante, les fonctions qui lui sont déléguées par les règlements administratifs de la Société.

Mission et pouvoirs

[Mission et pouvoirs]

46. (1) La Société a pour mission de fournir la programmation prévue aux alinéas 3(1)*l*) et *m*), en se conformant aux conditions des licences qui lui sont attribuées par le Conseil, sous réserve des règlements de celui-ci. À cette fin, elle peut :

a) établir, équiper, entretenir et exploiter des entreprises de radiodiffusion;

b) conclure des accords d'exploitation avec des titulaires de licences pour la radiodiffusion d'émissions;

c) produire des émissions et, notamment par achat ou échange, s'en procurer au Canada ou à l'étranger, et conclure les arrangements nécessaires à leur transmission;

d) conclure des contrats, au Canada ou à l'étranger, relativement à la production ou à la présentation des émissions produites ou obtenues par elle;

e) conclure des contrats, au Canada ou à l'étranger, pour des représentations ayant un lien avec ses émissions;

f) avec l'agrément du gouverneur en conseil, passer des contrats aux termes desquels elle fournit à l'étranger des services de consultation ou d'ingénierie;

g) avec le même agrément, distribuer ou mettre sur le marché, à l'étranger, ses services de programmation;

h) avec l'agrément du ministre, agir comme mandataire de toute personne dans la fourniture de programmation à une région du Canada non desservie par un autre titulaire de licence;

i) recueillir des nouvelles sur l'actualité dans toute partie du monde et s'abonner à des agences d'information, ou en créer;

j) publier, distribuer et conserver, avec ou sans contrepartie, les documents audiovisuels, journaux, périodiques et autres publications qu'elle juge de nature à favoriser la réalisation de sa mission;

k) fabriquer, distribuer et vendre des produits de consommation accessoires à la réalisation de sa mission;

l) acquérir des droits d'auteur et des marques de commerce;

m) acquérir et utiliser les brevets, droits de brevets, licences, permis ou concessions jugés utiles à sa mission par le conseil d'administration;

n) conclure des accords, avec tout organisme, pour l'usage des droits, privilèges ou concessions jugés utiles à sa mission par le conseil d'administration;

o) acheter ou louer des entreprises de radiodiffusion;

p) conclure des accords avec tout organisme pour la fourniture de services de radiodiffusion;

q) sous réserve de l'agrément du gouverneur en conseil, acquérir, détenir et céder des actions de toute compagnie ou personne morale autorisée à exercer des activités de nature à favoriser, même indirectement, la réalisation de sa mission;

r) prendre toute autre mesure que le conseil d'administration juge de nature à favoriser, même indirectement, la réalisation de cette mission.

[Service international]

(2) La Société fournit, dans le cadre des licences qui lui sont attribuées par le Conseil et sous réserve des règlements de celui-ci, un service international, et ce conformément aux instructions que le gouverneur en conseil peut donner.

[Rôle de mandataire]

(3) La Société peut, dans le même cadre et sous la même réserve, agir comme mandataire de Sa Majesté du chef du Canada ou d'une province, pour les opérations de radiodiffusion que le gouverneur en conseil peut lui enjoindre d'effectuer.

[Extension des services]

(4) La Société tient compte, dans ses projets d'extension de services de radiodiffusion, des principes et des objectifs de la *Loi sur les langues officielles*.

[Indépendance]

(5) La Société jouit, dans la réalisation de sa mission et l'exercice de ses pouvoirs, de la liberté d'expression et de l'indépendance en matière de journalisme, de création et de programmation.

[Emprunts]

46.1(1) Sous réserve de l'approbation du ministre des Finances, la Société peut contracter des emprunts par tout moyen, entre autres par l'émission et la vente de ses titres de créance — notamment obligations de toutes sortes, certificats de placement et effets de commerce.

[Prêts de l'État]

(2) A la demande de la Société, le ministre des Finances peut lui consentir, aux conditions qu'il fixe, des prêts sur le Trésor.

[Plafond]

(3) Le passif réel de la Société résultant des prêts qui lui ont été consentis sous le régime des paragraphes (1) et (2) ne peut dépasser 25 000 000 $, ce montant pouvant toutefois être augmenté par une loi de crédits.

Mandataire de Sa Majesté

[Qualité de mandataire]

47. (1) Sous réserve des paragraphes 44(1) et 46(2), la Société est, pour l'application de la présente loi, mandataire de Sa Majesté et ne peut exercer qu'à ce titre les pouvoirs que lui confère la présente loi.

[Contrats]

(2) La Société peut, pour le compte de Sa Majesté, conclure des contrats sous le nom de celle-ci ou le sien.

[Biens]

(3) Les biens acquis par la Société appartiennent à Sa Majesté; les titres de propriété afférents peuvent être au nom de celle-ci ou au sien.

[Actions en justice]

(4) À l'égard des droits et obligations qu'elle assume pour le compte de Sa Majesté sous le nom de celle-ci ou le sien, la Société peut ester en justice sous son propre nom devant les tribunaux qui seraient compétents si elle n'était pas mandataire de Sa Majesté.

[Acquisition et aliénation de biens]

48. (1) Sous réserve du paragraphe (2), la Société peut acheter, prendre à bail ou acquérir de toute autre façon les biens meubles ou immeubles qu'elle juge nécessaires ou utiles à la réalisation de sa mission, et peut aliéner, notamment par vente ou location, tout ou partie des biens ainsi acquis.

[Restriction]

(2) La Société ne peut, sans l'agrément du gouverneur en conseil, contracter de quelque manière que ce soit en vue de l'acquisition de biens immeubles ou de l'aliénation de biens meubles ou immeubles — sauf les matériaux ou sujets d'émission et les droits y afférents — ni conclure, pour l'utilisation ou l'occupation de biens immeubles, de bail ou d'autre forme d'accord, lorsque la somme en jeu dépasse quatre millions de dollars ou le montant supérieur prévu par décret du gouverneur en conseil.

[Produit de l'opération]

(3) Sous réserve du paragraphe (4), la Société peut conserver et utiliser le produit de toute opération d'aliénation de biens meubles ou immeubles.

[Idem]

(4) La Société peut conserver et utiliser, en tout ou en partie, le produit des opérations d'aliénation subordonnées, au titre du paragraphe (2), à l'agrément du gouverneur en conseil, sauf instructions contraires de celui-ci.

[Expropriation]

49. (1) Lorsque, à son avis, il est nécessaire pour la réalisation de sa mission soit qu'elle acquière un bien-fonds ou un droit dans celui-ci, soit qu'elle en prenne possession, sans le consentement du propriétaire ou du titulaire, la Société est tenue d'en aviser le ministre compétent pour l'application de la partie I de la *Loi sur l'expropriation*.

[Application de la Loi sur l'expropriation]

(2) Pour l'application de la même loi, tout bien-fonds ou droit qui, selon ce ministre, est nécessaire à la réalisation de la mission de la Société est réputé être, de l'avis de celui-ci, nécessaire à un ouvrage public ou à une autre fin d'intérêt public; à cet égard, toute mention de la Couronne dans cette loi vaut mention de la Société.

Siège et réunions

[Siège]

50. (1) Le siège de la Société est fixé dans la région de la capitale nationale définie à l'annexe de la *Loi sur la capitale nationale* ou au lieu du Canada désigné par le gouverneur en conseil.

[Réunions]

(2) Le conseil d'administration tient un minimum de six réunions par an.

[Présence des administrateurs]

(3) Sous réserve des règlements administratifs, les administrateurs peuvent participer à une réunion du conseil d'administration ou d'un de ses comités par tout moyen technique, notamment le téléphone, permettant à tous les participants de communiquer oralement entre eux; ils sont alors censés, pour l'application de la présente partie, assister à la réunion.
Règlements administratifs

[Règlements administratifs]

51. (1) Le conseil d'administration peut, par règlement administratif :

a) prévoir la convocation de ses réunions;

b) prévoir le déroulement de celles-ci ainsi que la constitution de comités permanents et spéciaux, la délégation de fonctions à ces comités — y compris ceux visés à l'article 45 — et la fixation de leur quorum;

c) fixer les honoraires des administrateurs autres que le président du conseil et le président-directeur général, pour leur présence à ses réunions ou à celles des comités, ainsi que les indemnités de déplacement et de séjour payables à tous les administrateurs;

d) établir, d'une part, les obligations et le code de conduite des administrateurs et du personnel de la Société et, d'autre part, les conditions d'emploi et les modalités de cessation d'emploi de celui-ci, y compris le paiement à titre individuel ou collectif, de toute gratification — indemnité de retraite ou autre;

e) prévoir la création et la gestion d'une caisse de retraite pour les administrateurs et le personnel de la Société et les personnes à leur charge, ainsi que les cotisations de celle-ci à cette caisse et le placement de ses fonds;

f) d'une façon générale, régir la conduite des activités de la Société.

[Approbation du ministre]

(2) Les règlements administratifs pris sous le régime des alinéas (1)c) ou e), de même que ceux pris sous le régime de l'alinéa (1)d) qui prévoient le paiement d'une gratification, sont inopérants tant qu'ils n'ont pas été approuvés par le ministre.

Dispositions financières

[Indépendance]

52. (1) Les articles 53 à 70 n'ont pas pour effet de porter atteinte à la liberté d'expression ou à l'indépendance en matière de journalisme, de création ou de programmation dont jouit la Société dans la réalisation de sa mission et l'exercice de ses pouvoirs.

[Idem]

(2) Sans restreindre la portée générale du paragraphe (1) et par dérogation aux articles qui y sont visés ou à leurs règlements d'application, la Société n'est pas tenue de remettre au Conseil du Trésor, au ministre ou au ministre des Finances des renseignements dont la remise est susceptible de porter atteinte à cette indépendance ni d'insérer dans son plan d'entreprise ou dans le résumé de celui-ci

remis au ministre en conformité avec les articles 54 ou 55 des renseignements dont l'insertion aurait le même effet.

[Non-application de la partie VII de la Loi sur la gestion des finances publiques*]*

52.1 Par dérogation à la *Loi sur la gestion des finances publiques*, la partie VII de cette loi ne s'applique pas aux dettes contractées pas la Société.

[Exercice]

53. Sauf instruction contraire du gouverneur en conseil, l'exercice de la Société commence le 1er avril et se termine le 31 mars de l'année suivante.

[Plan d'entreprise]

54. (1) La Société remet chaque année un plan d'entreprise au ministre.

[Portée du plan]

(2) Le plan traite de toutes les activités de la Société et, le cas échéant, de ses filiales à cent pour cent, y compris leurs investissements.

[Contenu]

(3) Le plan comporte notamment, outre les budgets d'investissement et de fonctionnement de la Société pour l'exercice suivant, l'énoncé de sa mission figurant dans la présente loi, de ses objectifs pour les cinq prochaines années — globalement et individuellement —, y compris les moyens de leur mise en oeuvre, et de ses prévisions de résultat pour l'année courante par rapport aux objectifs correspondants mentionnés au dernier plan. Dans le cas où la Société a l'intention de contracter des emprunts pour l'exercice suivant, elle en fait état dans le plan et donne une indication générale de ses projets et de ses règles d'action pour l'année visée.

[Approbation du ministre des Finances]

3.1 Si le plan indique une intention de contracter des emprunts, la Société est tenue de présenter au ministre des Finances, pour approbation, la partie du plan qui en fait état.

[Budget d'investissement]

(4) Le budget d'investissement présenté dans le plan est remis au ministre par la Société pour approbation du Conseil du Trésor.

[Avis de modification]

(5) La Société adresse sans délai un avis au ministre l'informant de son intention — ou celle de l'une de ses filiales à cent pour cent — de modifier considérablement une activité, pendant une période, d'une façon incompatible avec le dernier plan d'entreprise remis à celui-ci pour cette période.

[Portée des budgets]

(6) Les budgets compris dans le plan traitent de toutes les activités de la Société et, le cas échéant, de ses filiales à cent pour cent, y compris leurs investissements.

[Présentation]

(7) La présentation des budgets met en évidence les principales activités de la Société et, le cas échéant, de ses filiales à cent pour cent.

[Projet à long terme]

(8) Le Conseil du Trésor peut approuver un poste du budget d'investissement pour un ou plusieurs exercices suivant celui visé par celui-ci.

[Résumé]

55.(1) La Société remet au ministre, pour chaque exercice, un résumé du plan d'entreprise visé à l'article 54 récapitulant les renseignements visés au paragraphe 54(3), lequel comporte les changements découlant des prévisions budgétaires pour l'exercice déposées devant la Chambre des communes et relatives à la Société.

[Portée]

(2) Le résumé traite de toutes les activités de la Société et, le cas échéant, de ses filiales à cent pour cent, y compris leurs investissements et souligne les décisions importantes prises à cet égard.

[Présentation]

(3) La présentation du résumé met en évidence les principales activités de la Société et, le cas échéant, de ses filiales à cent pour cent.

[Dépôt]

(4) Le ministre fait déposer devant chaque chambre du Parlement une copie du résumé qui lui est remis.

[Renvoi en comité]

(5) Le comité parlementaire chargé des questions touchant l'activité de la Société est automatiquement saisi du résumé ainsi déposé.

[Règlements]

56. Le Conseil du Trésor peut, par règlement, prévoir la présentation matérielle des plans et des résumés, les renseignements qu'ils doivent fournir ou qui les accompagnent et les modalités de temps de leur présentation et du dépôt des résumés devant chaque chambre du Parlement.

[Comptes en banque]

57.(1) La Société détient en son nom des comptes auprès des organismes suivants :

a) une institution membre de l'Association canadienne des paiements;

b) une société coopérative de crédit locale qui est membre d'une société coopérative de crédit centrale elle-même membre de l'Association;

c) sous réserve de l'approbation du ministre des Finances, un établissement financier de l'étranger.

[Gestion des fonds]

(2) Les sommes reçues par la Société, notamment du fait de ses opérations, sont portées au crédit des comptes et gérées exclusivement par elle dans l'exercice de ses pouvoirs et fonctions.

[Placements]

(3) La Société peut placer les fonds qu'elle gère dans des obligations ou autres titres émis ou garantis par le gouvernement du Canada.

[Compte d'avoir propre]

(4) La Société ouvre, dans ses livres de comptabilité, un « compte d'avoir propre » au crédit duquel elle porte les sommes qui lui sont versées au titre des immobilisations sur les crédits affectés par le Parlement.

[Receveur général]

58.(1) La Société verse ou fait verser, soit sur instruction donnée par le ministre des Finances avec le consentement du ministre, soit de sa propre initiative, avec l'approbation des deux ministres, tout ou partie de ses fonds ou de ceux d'une de ses filiales à cent pour cent au receveur général pour dépôt au Trésor et inscription au crédit d'un compte spécial ouvert parmi les comptes du Canada à son nom ou celui de la filiale; le receveur général peut, sous réserve des conditions fixées par le ministre des Finances, verser à un tiers, pour les besoins de la Société ou de la filiale, ou reverser à celles-ci tout ou partie des fonds inscrits à ce compte.

[Intérêts]

(2) Les fonds ainsi inscrits peuvent porter intérêt au taux fixé par le ministre des Finances avec l'agrément du gouverneur en conseil.

[Remise]

59. Sous réserve des autres lois fédérales, la Société verse ou fait verser au receveur général, sur instruction du ministre et du ministre des Finances donnée avec l'agrément du gouverneur en conseil, tout ou partie de ses fonds ou de ceux d'une de ses filiales à cent pour cent que les deux ministres estiment excédentaire par rapport à ses besoins ou à ceux de sa filiale; ces fonds peuvent servir à l'acquittement des obligations de la Société ou de la filiale envers Sa Majesté ou être comptabilisés comme recettes de l'État.

[Documents comptables]

60. (1) La Société veille, pour elle-même et ses filiales à cent pour cent :

a) à faire tenir des documents comptables;

b) à ce que soient mis en oeuvre des méthodes de gestion, ainsi que des moyens de contrôle et d'information en matière de finances et de gestion.

[Idem]

(2) Elle doit s'acquitter de cette double obligation de façon à garantir, dans la mesure du possible :

a) la protection et le contrôle de ses actifs et de ceux de ses filiales;

b) la conformité des opérations de la Société et de chaque filiale avec la présente partie et les règlements administratifs de la Société ou de la filiale et, dans le cas d'une filiale, leur conformité avec ses documents constitutifs;

c) la gestion économique et efficace de ses ressources financières, humaines et matérielles et de celles de ses filiales et l'efficacité de ses opérations et de celles de ses filiales.

[Vérification interne]

(3) La Société fait faire des vérifications internes de ses opérations et de celles de ses filiales à cent pour cent afin de surveiller l'observation des paragraphes (1) et (2).

[États financiers]

(4) La Société établit et fait établir par ses filiales à cent pour cent, pour chaque année, des états financiers selon les principes comptables généralement admis, compte tenu des obligations complémentaires prévues par règlement d'application du paragraphe (6).

[Présentation]

(5) La présentation de ces états financiers met en évidence les principales activités de la Société ou de ses filiales.

[Règlement]

(6) Pour l'application du paragraphe (4), le Conseil du Trésor peut prendre, à l'égard des états financiers de la Société, des règlements qui ajoutent aux principes comptables généralement admis.

[Rapports au ministre]

(7) Le conseil d'administration remet au ministre les rapports des opérations financières de la Société demandés par celui-ci.

[Vérificateur]

61. Le vérificateur général du Canada est le vérificateur de la Société.

[Rapport annuel du vérificateur]

62. (1) La Société fait établir un rapport annuel de vérification à l'égard de ses opérations et de celles de ses filiales à cent pour cent en conformité avec les règlements; le rapport est remis au conseil d'administration et au ministre.

[Contenu]

(2) Le rapport de vérification comporte notamment les éléments suivants :

a) des énoncés distincts indiquant si, de l'avis du vérificateur :

(i) les états financiers sont présentés sincèrement en conformité avec les principes comptables généralement admis appliqués d'une façon compatible avec celle de l'année précédente,

(ii) les renseignements chiffrés qui figurent dans le rapport d'activité de la Société et qui lui ont été soumis par le conseil d'administration sont précis dans tous leurs aspects importants et, s'il y a lieu, ont été préparés d'une façon compatible avec celle de l'année précédente,

(iii) les opérations de la Société et de ses filiales portées à sa connaissance au cours de l'établissement de son rapport ont été effectuées en conformité avec la présente partie et les règlements administratifs de la Société ou de ses filiales;

b) la mention des autres questions qui relèvent de sa compétence dans le cadre de l'établissement du rapport et qu'il estime devoir être portées à l'attention du Parlement.

[Règlements]

(3) Le Conseil du Trésor peut, par règlement, prévoir la façon d'établir le rapport visé au paragraphe (1), ainsi que sa présentation matérielle.

[Autres rapports]

(4) Le vérificateur établit tout autre rapport, sur la Société ou sur l'une de ses filiales à cent pour cent, demandé par le gouverneur en conseil.

[Examens]

(5) Le vérificateur fait les examens qu'il estime nécessaires à l'établissement de ses rapports.

[Utilisation des données d'une vérification interne]

(6) Le vérificateur, dans la mesure où il le juge utile, se fie aux résultats de toute vérification interne faite en conformité avec le paragraphe 60(3).

[Erreurs et omissions]

63. (1) Les administrateurs et les dirigeants de la Société avisent sans délai le vérificateur et le comité de vérification de la Société des erreurs ou des omissions qu'ils trouvent dans les états financiers sur lesquels le vérificateur a fait rapport ou dans un rapport établi par celui-ci en conformité avec le paragraphe 62(1).

[Idem]

(2) Le vérificateur qui est avisé de l'existence d'une telle erreur ou d'une telle omission ou qui en trouve une en avise sans délai les administrateurs s'il l'estime importante.

[Rectificatif]

(3) Suite à l'avis du vérificateur, la Société établit des états financiers révisés ou le vérificateur apporte un rectificatif à son rapport; copie de ceux-ci est remise au ministre.

[Examens spéciaux]

64. (1) La Société fait faire par le vérificateur un examen spécial de ses opérations et de celles de ses filiales à cent pour cent afin de déterminer si l'obligation visée à l'alinéa 60(1)*b*) a été exécutée, pendant la période considérée, de façon à garantir dans la mesure du possible :

a) la protection et le contrôle de ses actifs et de ceux de ses filiales;

b) la gestion économique et efficace de ses ressources financières, humaines et matérielles et de celles de ses filiales et l'efficacité de ses opérations et de celles de ses filiales.

[Périodicité]

(2) Un examen spécial a lieu, d'une part, au moins tous les cinq ans, d'autre part, à la demande du gouverneur en conseil, du ministre ou du conseil d'administration.

[Plan d'action]

(3) Avant de commencer un examen spécial, le vérificateur étudie les moyens et les méthodes de la Société et présente au comité de vérification de celle-ci un plan d'action, notamment quant aux critères qu'il entend appliquer.

[Désaccord]

(4) Les désaccords entre le vérificateur et le comité de vérification ou le conseil d'administration sur le plan d'action peuvent être tranchés, dans le cas de la Société, par le ministre, dans le cas d'une filiale à cent pour cent, par la Société.

[Utilisation de données]

(5) Le vérificateur, dans la mesure où il le juge utile, se fie au résultat de toute vérification interne faite en conformité avec le paragraphe 60(3).

[Rapport]

(6) Une fois terminé l'examen spécial, le vérificateur établit un rapport de ses résultats et le soumet au conseil d'administration.

[Contenu]

(7) Le rapport du vérificateur comporte un énoncé indiquant, d'une part, si à son avis, compte tenu des critères de son plan d'action, les moyens et les méthodes étudiés ne comportent vraisemblablement aucun défaut majeur, d'autre part, dans quelle mesure il s'est fié aux résultats de la vérification interne.

[Rapport spécial]

(8) Après consultation du conseil d'administration, le vérificateur, s'il est d'avis que son rapport contient des renseignements qui devraient être portés à l'attention du ministre, en fait rapport à celui-ci. Copie de ce rapport est remise aux administrateurs.

[Idem]

(9) Après consultation du ministre et du conseil d'administration, le vérificateur peut faire un tel rapport — à inclure dans le prochain rapport d'activité de la Société — au Parlement au sujet des renseignements qui, à son avis, devraient être portés à l'attention de celui-ci. Copie du rapport est remise au ministre et au conseil d'administration.

[Accès aux renseignements]

65. (1) Les administrateurs, dirigeants, salariés ou mandataires de la Société, ou leurs prédécesseurs, doivent, à la demande du vérificateur lui fournir des renseignements et des éclaircissements et lui donner accès à tous les registres, documents, livres, comptes et pièces justificatives de la Société ou de ses filiales. Ils se conforment, selon leurs possibilités, à la demande dans la mesure jugée nécessaire, par le vérificateur, à la préparation des rapports prévus par la présente partie.

[Idem]

(2) Le conseil d'administration recueille auprès des administrateurs, dirigeants, salariés ou mandataires des filiales de la Société, ou de leurs prédécesseurs, selon les possibilités de ceux-ci, et transmet au vérificateur les renseignements et éclaircissements demandés par celui-ci et nécessaires, de l'avis de celui-ci, à la préparation des rapports prévus par la présente partie.

[Restrictions]

66. La présente partie n'autorise pas le vérificateur à exprimer son opinion sur le bien-fondé de questions d'orientation, notamment sur celui de la mission de la Société ou des restrictions quant aux activités qu'elle peut exercer, de ses objectifs et des décisions, touchant ses activités ou ses orientations, prises par celle-ci ou par le gouvernement du Canada.

[Immunité relative]

67. Le vérificateur jouit d'une immunité relative en ce qui concerne les déclarations orales ou écrites et les rapports qu'il fait sous le régime de la présente partie.

[Coût des vérifications et examens]

68. Les coûts exposés par le vérificateur dans l'établissement des rapports visés au paragraphe 62(1) ou à l'article 64 figurent dans le prochain rapport annuel du vérificateur général du Canada et sont supportés par son bureau.

[Comité de vérification]

69. (1) La Société constitue un comité de vérification formé d'au moins trois administrateurs.

[Fonctions]

(2) Le comité de vérification est chargé des fonctions suivantes :

a) examiner les états financiers à inclure dans le rapport d'activité de la Société et conseiller le conseil d'administration à leur égard;

b) superviser les vérifications internes visées au paragraphe 60(3);

c) examiner le rapport de vérification visé au paragraphe 62(1) et conseiller le conseil d'administration à cet égard;

d) lorsque la Société fait l'objet d'un examen spécial, examiner le plan et les rapports mentionnés à l'article 64 et conseiller le conseil d'administration à cet égard;

e) exécuter les autres fonctions que lui attribue le conseil d'administration.

[Présence du vérificateur]

(3) Le vérificateur a le droit de recevoir avis de chacune des réunions du comité de vérification, d'y assister et d'y prendre la parole; il a le devoir d'y assister, sur demande d'un membre du comité.
[Tenue des réunions]
(4) Le vérificateur ou un membre du comité peut demander la tenue d'une réunion du comité.

[Filiale à cent pour cent]

70. La Société avise sans délai le ministre et le président du Conseil du Trésor du nom de toute société qui devient une de ses filiales à cent pour cent ou cesse de l'être.

Rapport au Parlement

[Rapport d'activité]

71. (1) Aussitôt que possible, dans les trois mois suivant la fin de chaque exercice, la Société présente au ministre et au président du Conseil du Trésor le rapport d'activité pour l'exercice précédent; le ministre en fait déposer une copie devant chaque chambre du Parlement dans les quinze jours de séance de celle-ci suivant sa réception.

[Renvoi en comité]

(2) Le comité parlementaire chargé des questions touchant l'activité de la Société est automatiquement saisi du rapport visé au paragraphe (1).

[Présentation et contenu]

(3) Le rapport d'activité contient notamment les éléments suivants :

a) les états financiers visés à l'article 60;

b) le rapport visé au paragraphe 62(1);

c) un énoncé de la mesure dans laquelle la Société a réalisé ses objectifs pour l'exercice en question;

d) les renseignements chiffrés sur les résultats de la Société et, le cas échéant, ceux de ses filiales à cent pour cent, par rapport à ses objectifs;

e) les autres renseignements relatifs aux opérations financières de celle-ci exigés par le ministre ou la présente partie.

La présentation du rapport met en évidence les principales activités de la Société et, le cas échéant, de ses filiales à cent pour cent.

Partie IV
Modifications connexes et corrélatives, abrogation, dispositions transitoires et entrée en vigueur

Modifications connexes et corrélatives

72. à 88. [Modifications]

Abrogation

89. [Abrogation]

Dispositions transitoires

[Définitions]

90. (1) Les définitions qui suivent s'appliquent au présent article.

[« bureau » "*Executive Committee*"]
« bureau » Le bureau du Conseil en place à la date d'entrée en vigueur de l'article 80.

[« loi abrogée » "*former Act*"]
« loi abrogée » *La Loi sur la radiodiffusion*, chapitre B-9 des Lois révisées du Canada (1985).

[Affaires en cours]

(2) Le Conseil est saisi et connaît, en conformité avec la présente loi, des affaires en cours devant lui ou son bureau lors de l'entrée en vigueur du présent paragraphe.

[Décisions, ordonnances, etc.]

(3) Les décisions, ordonnances, règlements et règles pris, rendus ou établis par le Conseil ou son bureau, selon le cas, au titre de la loi abrogée qui sont en vigueur à la date d'entrée en vigueur du présent paragraphe et compatibles avec la présente loi et toute autre loi fédérale sont censés avoir été pris, rendus ou établis par le Conseil au titre de la présente loi.

[Instructions]

(4) Les instructions émises par le gouverneur en conseil à l'intention du Conseil au titre de la loi abrogée qui sont en vigueur à la date d'entrée en vigueur du présent paragraphe et compatibles avec la présente loi et toute autre loi fédérale ont la même validité que des instructions données par le gouverneur en conseil au titre de la présente loi.

[Licences]

(5) Les licences d'exploitation d'une entreprise de radiodiffusion attribuées au titre de la loi abrogée et valides lors de l'entrée en vigueur du présent paragraphe continuent d'avoir effet jusqu'à la date prévue pour leur expiration comme si elles avaient été attribuées au titre de la présente loi et peuvent faire l'objet de modification, de renouvellement, de suspension ou de révocation en conformité avec celle-ci.

[Conseillers à temps plein]

91. (1) Le président et les vice-présidents du Conseil, ainsi que les conseillers à temps plein, qui sont en fonctions à la date d'entrée en vigueur de l'article 76 le demeurent jusqu'à l'expiration de leur mandat et sont censés nommés au titre de l'article 3 de la *Loi sur le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes* modifié par la présente loi.

[Conseillers à temps partiel]

(2) Le mandat des conseillers à temps partiel en fonctions à la date d'entrée en vigueur de l'article 76 prend fin à cette date.

[Administrateurs de la Société]

92. Les administrateurs de la Société en fonctions à la date d'entrée en vigueur de l'article 36 le demeurent jusqu'à l'expiration de leur mandat et sont censés nommés au titre de cet article.

Entrée en vigueur

[Entrée en vigueur]

*93. La présente loi ou telle de ses dispositions entre en vigueur à la date ou aux dates fixées par décret du gouverneur en conseil.

Mise à jour: 2002-01-07

ANNEXES

Annexe 4
Chronologie des événements marquants de la radiodiffusion canadienne

1852 Adoption de la *Loi des télégraphes*.

1866 Première liaison télégraphique permanente reliant Terre-Neuve et l'Irlande.

1876 Alexander Graham Bell fait breveter le téléphone.

1880 Incorporation de La Compagnie de Téléphone Bell du Canada.

1893 Bell Canada doit obtenir la permission du gouverneur en conseil avant de majorer ses tarifs.

1900 À Arlington (Virginie), le Canadien Reginald Fessenden transmet un message à un récepteur expérimental situé 80 kilomètres plus loin.

1901 Premiers signaux transatlantiques de télégraphie sans fil de l'Angleterre à Terre-Neuve.

1902 Première station canadienne de télégraphie sans fil à Glace Bay (Nouvelle-Écosse).

1905 Adoption de l'*Acte de la télégraphie sans fil* qui confie l'attribution des licences au ministre de la Marine et des Pêcheries.

1906 À Brant Rock (Massachusetts), Reginald Fessenden produit la première émission radio de l'histoire.

1913 Adoption de la *Loi du radiotélégraphe* qui traite de l'attribution de licences et des pouvoirs du ministre responsable (le ministre du Service de la marine).

1919 La première licence de radiodiffusion est octroyée à titre expérimental à une station de radio de Montréal appartenant à la *Marconi Wireless Telegraph Company of Canada*. La station, qui a tout d'abord l'indicateur d'appel XWA, devient plus tard CFCF.

1920 Diffusion de la première émission radiophonique canadienne.

1922 Octroi de licence aux premières stations de radio commerciale privées.

1923 Le CN installe la radio dans ses trains.

1924 Le CN inaugure ses premières stations de radio.

1926 L'Association canadienne des radiodiffuseurs (ACR) est créée pour promouvoir les intérêts des stations commerciales.

1927 La première émission nationale est diffusée à l'occasion du 60e anniversaire de la Confédération.

1928 Le ministre de la Marine et des Pêcheries présente au Conseil privé un rapport sur les conditions de la radiodiffusion. Il recommande l'établissement de stations de forte puissance partout au Canada ainsi qu'une augmentation des fonds consacrés aux émissions. Il recommande aussi de charger une commission royale d'examiner la radiodiffusion.

Le gouvernement forme une Commission royale d'enquête sur la radiodiffusion, présidée par Sir John Aird.

1929 La Commission Aird présente son rapport et recommande une certaine étatisation de la radiodiffusion canadienne ainsi que la création d'une chaîne de stations à forte puissance, financée à même les recettes provenant des frais d'utilisation de récepteurs, de la vente de publicité et d'une subvention gouvernementale.

1930 La *Canadian Radio League* (CRL) est créée par Graham Spry et Alan Plaunt et fait des pressions en faveur d'un réseau public.

1931 Les provinces de Québec, du Nouveau-Brunswick, du Manitoba et de la Saskatchewan demandent à la Cour suprême de décider qui, du gouvernement fédéral ou des provinces, a compétence en matière de radiodiffusion. La Cour tranche en faveur du gouvernement fédéral.

Entrée en ondes à Montréal de la première station de télévision canadienne, VE9EC, copropriété de la station de radio CKAC et du journal *La Presse*.

Ted Rogers senior obtient une licence pour diffuser des émissions de télévision expérimentales depuis sa station radiophonique à Toronto.

1932 Le Comité parlementaire spécial sur la radiodiffusion entreprend l'étude du rapport de la Commission Aird et recommande l'établissement d'une chaîne de stations à forte puissance et d'une commission chargée d'exploiter les stations et de réglementer le système.

Le 18 mai, le premier ministre Richard Bedford Bennett présente les trois principes clés de la radiodiffusion : le contrôle canadien de la radiodiffusion, la propriété publique et les ondes comme ressources naturelles dont l'accès doit être réservé au public.

Adoption de la *Loi canadienne de la radiodiffusion*, qui crée la Commission canadienne de radiodiffusion (CCR). Elle a pour mandat de réglementer et de contrôler l'ensemble de la radiodiffusion au Canada et de fournir un service de radiodiffusion national.

En 1931, le Québec interjette appel de la décision de la Cour suprême auprès du Comité judiciaire du Conseil privé de la Grande-Bretagne, lequel tranche aussi en faveur du gouvernement fédéral.

1933 La *Loi canadienne de la radiodiffusion* est modifiée afin de donner une plus grande marge de manœuvre à la CCR en matière d'embauche et de dépense des recettes et pour l'achat de stations avec approbation du cabinet plutôt que du Parlement.

La CCR prend un règlement qui impose une limite de 40 p. 100 d'émissions étrangères.

La CCR acquiert les installations radio du CN.

Première émission radio quotidienne nationale de la CCR.

Le système de télévision mécanique de la société *Western Television Limited* fait l'objet de démonstrations à Toronto, à Montréal et à Winnipeg.

1934 Un comité parlementaire est nommé et chargé d'étudier les affaires et la structure de la CCR. Il recommande que l'existence de la CCR soit prolongée d'un an et que le gouvernement envisage de revoir la *Loi canadienne de la radiodiffusion*.

1936 Un comité parlementaire, chargé d'évaluer l'application de la *Loi canadienne de la radiodiffusion de 1932*, déclare que la CCR est impraticable et exige une société semblable à la *British Broadcasting Corporation* (BBC).

Des modifications à la loi de 1932 remplacent la CCR par la Société Radio-Canada (SRC). Celle-ci est chargée de fournir un service de radio national et de produire, de diffuser et de réglementer les émissions.

1937 Le Canada, les États-Unis, le Mexique et Cuba signent le Traité de la Havane sur l'attribution des fréquences radio.

Radio-Canada ouvre la station française CBF à Montréal.

1939 Une équipe d'annonceurs et de techniciens qui accompagnent les Forces armées canadiennes outre-mer établit le service Radio-Canada en Angleterre.

L'Exposition nationale du Canada à Toronto présente la première exposition de télévision électronique d'importance au pays.

1940 La première station FM du Canada (CFRB-FM de Toronto) entre en ondes.

Début des émissions radio scolaires provinciales en Nouvelle-Écosse et en Colombie-Britannique.

1941 Ratification du Traité de la Havane (Convention régionale de l'Amérique du Nord sur la radiodiffusion).

Création du Service des nouvelles de Radio-Canada.

1942 L'ACR fait appel à l'Association canadienne des annonceurs et à l'Association canadienne des agences de publicité pour systématiser le prix de vente du temps d'antenne publicitaire. Cela donnera naissance au *Bureau of Broadcast Measurement* (BBM) — mesure des cotes d'écoute.

1944 La SRC crée un troisième réseau d'État appelé Dominion, destiné à permettre un deuxième choix d'émissions de langue anglaise. Le réseau anglais de Radio-Canada est rebaptisé *Trans-Canada Network*.

1945 Inauguration officielle du Service international de la SRC.

1946 Premières stations FM de la SRC, à Toronto et à Montréal.

1947 La SRC présente un plan de 15 ans pour le développement de la télévision au Canada.

La première émission de télévision électronique officielle, diffusée par une station de Détroit (Michigan), est captée à Windsor (Ontario).

1948 Lancement de l'industrie canadienne de la fabrication de téléviseurs.

1949 Le gouvernement fédéral publie sa première politique sur la télévision. Le principe primordial de cette politique provisoire est que la SRC régit les licences, la mise en réseau et la distribution.

Création de la Commission royale d'enquête sur l'avancement des arts, lettres et sciences au Canada, présidée par Vincent Massey. Son mandat comprend l'examen de la radio et de la télédiffusion.

La SRC acquiert les installations de la *Broadcasting Corporation of Newfoundland* lorsque Terre-Neuve entre dans la Confédération.

1951 La Commission Massey dépose son rapport dans lequel elle entérine le rôle de réglementation de la SRC en ce qui concerne le système national de radiodiffusion et elle appuie l'introduction de la télévision, toujours sous l'égide de la SRC.

Le gouvernement fédéral apporte des modifications à la *Loi canadienne de la radiodiffusion*, afin de confirmer la place dominante de la SRC en tant qu'exploitant et autorité de réglementation.

1952 Le gouvernement fédéral annonce sa politique sur la télévision; il attribue des licences à la SRC et aux stations privées, tout en confirmant le contrôle confié à la SRC. Autorisation d'une seule station par ville jusqu'à la mise en place d'un réseau national.

Inauguration de la télévision de la SRC : CBFT Montréal (bilingue) et CBLT Toronto (anglaise).

La SRC recommande l'attribution de licences aux entreprises de distribution par câble.

Première installation urbaine de télévision par câble au Canada, à London (Ontario).

1953 Abolition des frais d'utilisation de récepteurs.

Lancement de la première station de télévision privée au Canada à Sudbury (Ontario).

La station CBFT Montréal commence à offrir des services de télévision entièrement en langue française avec le lancement de la station de langue anglaise CBMT.

La Compagnie de téléphone Bell met la dernière main à une liaison micro-onde entre Toronto et Buffalo (New York) permettant la diffusion directe d'émissions de télévision; par la suite, elle établit une liaison micro-onde entre Toronto et Montréal.

1955 Création de la Commission royale sur la radiodiffusion, présidée par Robert Fowler, dont la mission est d'examiner le financement de la SRC.

Première télédiffusion de l'ouverture d'une législature au Parlement.

1956 Le ministère des Transports instaure une politique sur l'attribution de licences aux systèmes de télévision à antenne collective et la présente à la SRC.

1957 La Commission Fowler dépose son rapport (Fowler 1). Elle confirme la place des radiodiffuseurs privés et recommande, entre autres choses, de séparer les fonctions de radiodiffuseur de la SRC de ses fonctions d'autorité de réglementation, en plus de recommander la création d'un organisme distinct et indépendant pour réglementer la radiodiffusion.

La *National Community Antenna Association* (future Association canadienne de télévision par câble) est mise sur pied.

1958 Adoption de la *Loi sur la radiodiffusion*, qui crée le Bureau des gouverneurs de la radiodiffusion (BGR). Le BGR est chargé de réglementer l'établissement et le fonctionnement des réseaux de radiodiffusion et les activités des stations de radio et de télévision publiques et privées.

Création du Service du Nord de la SRC.

Première véritable émission canadienne télévisée en direct d'un océan à l'autre.

1959 Le BCR annonce un règlement régissant les stations de télévision et établissant des quotas de contenu canadien. [Voir la chronologie des événements marquants relatifs au contenu canadien.]

Après en avoir discuté avec le BCR, le ministère des Transports publie à nouveau sa politique sur l'attribution de licences aux systèmes de télévision à antenne collective et lui demande des conseils quant aux conséquences d'éventuels systèmes pour la télédiffusion.

1960 Début de la diffusion sur ondes courtes vers le Grand Nord par le Service du Nord de Radio-Canada.

Inauguration à Montréal de la station de télévision privée française Télé-Métropole.

Le BCR invite les stations privées à présenter des demandes de constitution de réseaux; il approuve la demande de S.W. Caldwell Ltd. visant à créer un réseau constitué d'au moins six stations non affiliées à la SRC.

Création de la Commission royale d'enquête sur l'organisation du gouvernement, présidée par J. Grant Glassco, dont le mandat est d'examiner toutes les activités du gouvernement.

Le premier essai nord-américain d'envergure de télévision payante est entrepris à Etobicoke (Ontario); il prend fin en 1965 après avoir enregistré des pertes de 2 millions de dollars.

1961 Un comité formé de représentants du BCR, de la Société canadienne de radiodiffusion (SRC), de l'Association canadienne des radiodiffuseurs (ACR) et du ministère des Transports, mis sur pied pour étudier la télévision par câble et ses incidences sur la radiodiffusion, dépose son rapport. Il déclare que l'objectif de la *Loi sur la radiodiffusion* consistant à mettre en place un service essentiellement canadien de par sa teneur et sa nature n'est pas atteint et que le Parlement devrait intervenir.

Inauguration du réseau CTV (*Canadian Television Network*) qui compte huit stations affiliées.

1962 Fermeture du troisième réseau de radio de Radio-Canada, le *Dominion Network*.

Le BGR modifie le règlement régissant la télévision afin d'accorder plus de temps d'antenne à la publicité.

Le BGR modifie le règlement sur la télédiffusion de manière à augmenter le crédit pour contenu canadien. [Voir la chronologie des événements marquants relatifs au contenu canadien.]

Le BGR modifie le règlement sur la télédiffusion de manière à exiger qu'au moins 40 p. 100 des émissions à contenu canadien soient diffusées entre 18 heures et minuit.

Radio-Canada participe à la première transmission par satellite Telstar à partir de l'Amérique du Nord vers l'Europe.

Lancement du premier satellite canadien, Alouette, satellite scientifique.

1963 La Commission Glassco publie son quatrième rapport qui comprend un chapitre sur les problèmes de structure interne de la SRC.

Le gouvernement fédéral crée un comité consultatif spécial chargé de formuler d'autres suggestions concernant la SRC. Le comité est composé de Andrew Stewart, président du BGR, Alphonse Ouimet, président de la SRC, et Don Jamieson, président de l'ACR. On les surnomme la « Troïka ».

Le BGR, le président de la SRC et le président de l'ACR recommandent qu'aucune demande de licence de service de télévision dans des régions déjà desservies ne soit étudiée; par la suite le ministre approuve la recommandation.

1964 Le Comté consultatif spécial sur la politique en matière de radiodiffusion dépose son rapport. Ses trois membres (la Troïka) ont des vues divergentes, mais recommandent néanmoins d'améliorer le système à deux conseils.

Un Comité sur la radiodiffusion, présidé par Robert Fowler, est chargé par le secrétaire d'État de faire rapport sur le système de radiodiffusion.

Le BGR adopte un nouveau règlement sur la radio FM, semblable à celui sur la radio AM.

1965 Le Comité Fowler dépose son rapport (Fowler II), dans lequel il recommande d'établir des objectifs précis pour le système de radiodiffusion.

Le gouvernement annonce sa politique sur la télévision en couleur.

Début de la diffusion en stéréo d'une station de Radio-Canada, à Winnipeg.

1966 Publication du *Livre blanc sur la radiodiffusion* qui recommande que le BGR soit réorganisé et que son rôle à l'égard de la SRC soit renforcé. Il recommande en outre que les entreprises de câblodistribution soient traitées comme des éléments du système canadien de radiodiffusion.

Le BGR décide de ne pas recommander l'approbation des demandes de licence de stations de radio AM dans les secteurs où des services de télévision et de radio locaux sont déjà offerts.

Diffusion de la première émission de télévision en couleur au Canada.

Le gouvernement crée un comité, présidé par John Chapman, chargé de jeter les fondements d'une politique sur la recherche spatiale pour le Canada.

1967 Le gouvernement fédéral rend public son *Livre blanc sur la radiodiffusion* dans lequel il mentionne que le choix d'émissions est presque un besoin fondamental auquel il faut répondre.

Le Comité Chapman dépose son rapport, intitulé *Upper Atmosphere and Space Programs In Canada*, où il est question d'utiliser les satellites de communication pour diffuser les signaux de télévision et qui recommande la prise de mesures afin que le Canada conserve la maîtrise de son système de satellite national.

Radio-Canada télédiffuse à l'échelle internationale, par satellite, l'ouverture officielle d'Expo 67.

1968 Une nouvelle *Loi sur la radiodiffusion* établit une politique en matière de radiodiffusion pour le Canada et crée le Conseil de la radiotélévision canadienne (CRTC) afin de remplacer le BGR. Le CRTC est chargé de

responsabilités spéciales, soit veiller à ce que la propriété et le contrôle de la radiodiffusion restent entre mains canadiennes, que la programmation soit de qualité élevée et à teneur canadienne considérable, et que la radiodiffusion canadienne serve à protéger, à enrichir et à renforcer la nation d'un océan à l'autre.

Le gouvernement annonce une politique sur les canaux de télévision à fréquence ultra haute (UHF) au sein duquel la télé-éducative se voit accordée un grande priorité.

Le gouvernement publie un Livre blanc sur les communications par satellite qui décrit le besoin de développer notre propre système de communication par satellite.

Octroi des premiers contrats du gouvernement pour l'élaboration d'un système canadien de satellites de communication.

Premier débat télévisé entre les chefs des partis politiques au Canada.

La *National Community Antenna Association* devient la *Canadian Cable Television Association*/l'Association canadienne de télévision par câble.

1969 Adoption de la *Loi de la Télésat Canada*, établissant un système de satellite commercial.

Création de Radio-Québec (radiodiffuseur éducatif de la province).

Le CRTC annonce que la bande FM sera considérée comme un bien public aux possibilités considérablement différentes de celles de la radio AM.

Le CRTC supprime la règle de 1966 du BCR limitant les nouvelles stations AM dans les secteurs où des services de télévision et de radio locaux sont déjà offerts.

Le CRTC publie une annonce importante sur la câblodistribution et fait remarquer que la technologie est devenue un facteur déterminant du système canadien de radiodiffusion. Il énonce les règles relatives aux services que sont tenus d'offrir les câblodistributeurs.

Les stations de télévision canadiennes sont tenues de diffuser 55 p. 100 d'émissions à contenu canadien au cours d'une journée de radiodiffusion et 40 p. 100 entre 18 heures et minuit.

Le Sénat du Canada crée le Comité spécial du Sénat sur les moyens de communication de masse, présidé par le sénateur Keith Davey. Son mandat est de faire rapport sur la propriété et le contrôle des médias de masse.

1970 Le Comité spécial du Sénat sur les moyens de communication de masse (Comité Davey) publie son rapport qui porte sur la propriété, le contrôle, l'influence et l'incidence publique des grands médias canadiens.

Le CRTC adopte un nouveau règlement régissant le contenu canadien diffusé à la télévision. [Voir la chronologie des événements marquants relatifs au contenu canadien]

Le cabinet fédéral émet une directive exigeant que le CRTC oblige tous les systèmes de câble à réserver un canal à la programmation éducative par les provinces.

Création de TV Ontario (radiodiffuseur éducatif de la province).

Ouverture de la première station de télévision UHF, CICA-TV Toronto, qui diffuse les émissions de TV Ontario.

Le gouvernement octroie le contrat de construction d'Anik, le premier satellite de communication canadien.

1971 Entrée en vigueur de la réglementation concernant la teneur canadienne pour la musique à la radio AM.

Le CRTC publie une politique sur la télévision par câble, intitulée *Canadian Broadcasting : A Single System*, qui encourage le développement de la télévision par câble. La politique contient notamment une disposition en vertu de laquelle un poste local peut remplacer un poste américain si les deux stations offrent la même émission.

Création du premier réseau de télévision privé de langue française, Télé-Diffuseurs Associés (TVA).

1972 Radio-Québec commence à diffuser sur câble.

Global Television, troisième réseau anglais du Canada, est autorisé, par le CRTC, à diffuser dans cinq villes de l'Ontario.

Lancement du premier satellite géosynchrone de communication canadien, Anik A1.

Le Service international de la SRC devient Radio Canada International.

Le CRTC sollicite des candidatures pour la télévision payante.

1973 Le gouvernement fédéral dépose un document de principe intitulé *Vers une politique nationale de la télécommunication*.

Création d'*Access Alberta* (radiodiffuseur éducatif de la province).

Début de la transmission directe vers le Nord, par la SRC, via le satellite Anik.

1974 Entrée en service du réseau de télévision Global.

Inauguration du réseau FM stéréo français de la SRC.

1975 Le CRTC édicte un règlement pour codifier ses politiques de 1971 touchant la télévision par câble. Il instaure une politique selon laquelle les câblodistributeurs doivent offrir un canal aux collectivités qu'ils desservent.

En janvier, le CRTC publie sa nouvelle politique FM. Il élabore une importante série de catégories de contenu afin de décrire le plus exactement possible le contenu diffusé par les stations; il exige, par condition de licence, que les stations FM respectent une promesse de réalisation selon laquelle elles s'engagent à diffuser des pourcentages précis de divers types d'émissions; le CRTC décide également d'interdire la diffusion simultanée.

En juillet, le CRTC modifie son règlement sur la radiodiffusion, reporte l'entrée en vigueur de sa politique FM et autorise une certaine diffusion simultanée.

La Cour d'appel fédérale confirme que le CRTC est habilité à autoriser les câblodistributeurs canadiens à supprimer les messages publicitaires des canaux américains.

Début du réseau FM stéréo anglais de la SRC.

1976 Adoption de la *Loi sur le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes* qui transfère la réglementation des entreprises de télécommunication à charte fédérale de l'Office des transports du Canada au CRTC, rebaptisé le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes.

Le CRTC propose d'exempter les systèmes de télévision à antenne collective (STAC) de la réglementation.

Le CRTC présente sa politique sur la distribution de signaux FM par les câblodistributeurs; la politique restreint la câblodistribution de stations FM hors marché à celles qui n'entrent pas en concurrence avec les stations FM en place dans le marché, mais les complètent.

Lancement du satellite technologique de télécommunication (STT), baptisé par la suite Hermes. Ce satellite expérimental, coentreprise du ministère des Communications et de la NASA, est le prototype des satellites de communication directe.

1977 Audiences du CRTC sur la télévision payante.

Le CRTC déclare qu'il examinera les demandes d'entreprises de câblodistribution visant à distribuer à la télévision les délibérations de la Chambre des communes à un canal de programmation spécial.

La SRC installe un système de radiodiffusion à la Chambre des communes, à la demande du Président.

1978 Le CRTC publie son *Rapport sur la télévision payante* et recommande de ne pas mettre en place la télévision payante.

Le CRTC adopte le *Règlement sur la radiodiffusion (FM)* et le *Règlement sur la radiodiffusion (AM)*.

1979 Le Comité consultatif de télécommunications et de la souveraineté canadienne, présidé par J.V. Clyne, publie un rapport intitulé *Canada et la télécommunication*.

Le gouvernement fédéral charge le CRTC de tenir des audiences publiques sur la télévision payante. Le CRTC crée par conséquent le Comité sur l'extension du service aux petites localités éloignées et à celles du Nord, présidé par Réal Therrien.

La SRC commence à télédiffuser en direct des débats de la Chambre des communes, et distribue le signal en direct par satellite aux câblodistributeurs de 15 grandes villes canadiennes.

Le CRTC instaure sa politique FM (voir 1975), qui prévoit une réduction des niveaux de contenu canadien.

1980 Le Comité Therrien publie son rapport intitulé *Les années 1980 : décennie de pluralité — Radiodiffusion, satellites et télévision payante*. Il recommande que le CRTC sollicite les candidatures pour un service de télévision par satellite canadien.

Entrée en service du *Knowledge Network* en Colombie-Britannique (radiodiffuseur éducatif de la province).

Création du Comité d'étude de la politique culturelle fédérale, présidé par Louis Applebaum et Jacques Hébert.

1981 Le CRTC autorise les Communications par satellite canadien inc. à « distribuer un ensemble de services de base de radio et de télévision attrayants aux collectivités éloignées et mal desservies à travers le Canada » (avis public 1985-60, décision 81-252).

Le CRTC invite les parties intéressées à présenter des demandes visant l'exploitation de services de télévision payante.

1982 Le Comité Appelbaum-Hébert dépose son rapport dans lequel il recommande que la SRC renonce à la production télévisuelle et achète ses émissions à d'autres studios.

Le CRTC publie sa première décision sur la télévision payante (décision 82-240) et octroie six licences. La décision établit le cadre réglementaire pour la télévision payante.

Inauguration de Cancom, première entreprise au monde à distribuer la télévision (en signaux embrouillés) par satellite aux régions éloignées.

Le CRTC octroie une licence à la Télévision de l'Est du Canada (TVEC), service facultatif de télévision payante de langue française; en 1984, TVEC fusionne avec le service de langue française de *First Choice* (décisions 82-1023 et 84-32).

Lancement du satellite Anik C3 de Télésat Canada. Il s'agit du premier satellite de communication au monde à avoir suffisamment de puissance pour assurer la diffusion directe à de petites antennes paraboliques au foyer.

1983 Le gouvernement fédéral publie *Vers une nouvelle politique nationale de la radiotélédiffusion*.

Le gouvernement fédéral publie *Bâtir l'avenir : Vers une Société Radio-Canada distincte*. Il rejette l'idée de dépouiller la SRC de ses installations de production.

Le gouvernement fédéral publie un rapport intitulé *Du satellite au foyer grâce au système canadien de diffusion directe*, dans lequel il signale l'intérêt que le gouvernement attache aux satellites canadiens comme moyen de distribution de services de radiodiffusion aux collectivités mal desservies.

Le CRTC publie son *Énoncé de politique sur le contenu canadien à la télévision* (avis public 1983-18). [Voir la chronologie des événements marquants relatifs au contenu canadien.]

Le CRTC publie l'avis public 1983-245 intitulé *Étagement des services de télévision par câble et service universel de télévision payante*, qui établit le cadre de réglementation relatif à l'instauration de services spécialisés canadiens et américains à titre facultatif, de même que la structure d'étagement de la télévision par câble.

Le CRTC approuve la demande de Cancom visant à distribuer les signaux brouillés des trois réseaux commerciaux et du réseau non commercial américains dans son bloc de services canadiens (décision 83-126).

Le CRTC accorde à *Aim Satellite Communications* une licence de service facultatif de langue anglaise; en janvier 1986, l'entreprise fusionne avec le service facultatif de télévision payante *Superchannel* d'Allarcom (décisions 83-115 et 84-2).

Création du Fonds de développement de la production d'émissions canadiennes (administré par Téléfilm Canada) en vue d'assurer la production d'émissions de télévision canadiennes de qualité dans les catégories sous-représentées : les dramatiques, les émissions de variétés, les émissions pour enfants et les documentaires.

Le CRTC publie une politique sur la « Radiodiffusion d'émissions religieuses : la politique de délivrance de licences et appel de demandes pour l'exploitation d'un service d'émissions religieuses interconfessionnelles transmis du satellite au câble » (avis public 1983-112). Tout en rejetant les entreprises de radiodiffusion consacrées exclusivement aux vues d'une religion particulière, la politique appuie l'introduction d'un nouveau et vaste service de programmation de réseau servant les diverses pratiques et croyances religieuses des Canadiens.

Le CRTC crée le Comité consultatif sur la musique à la radio FM.

Lancement des premières chaînes spécialisées de télévision payante.

Le gouvernement fédéral crée le Fonds de développement de la production d'émissions canadiennes.

1984 Le gouvernement fédéral publie la *Politique nationale du film et de la vidéo*.

Le CRTC octroie des licences aux premières chaînes de télévision spécialisées (avis public 1984-81).

Le CRTC publie le *Règlement concernant les entreprises de télévision payante* (avis public 1984-275).

Le CRTC approuve la restructuration des services de télévision du Canada (qui sont ramenés de six à trois).

Le CRTC approuve la consolidation de deux entreprises de télévision payante de langue française pour créer Premier Choix : TVEC inc. (décision 84-32).

Le CRTC octroie une licence d'exploitation aux services spécialisés *MuchMusic*, *The Sports Network*, *Telelatino* et *Chinavision* (décisions 84-338, 84-339, 84-444 et 84-445).

Le CRTC adopte les recommandations de son Comité consultatif visant à simplifier la mise en œuvre de sa politique FM (avis public 1984-4).

Le CRTC modifie son règlement sur la télédiffusion en ce qui a trait au contenu canadien. [Voir la chronologie des événements marquants relatifs au contenu canadien.]

Le CRTC publie l'avis public 1984-94, intitulé *Accréditation des émissions canadiennes*, dans lequel il présente un système de points. [Voir la chronologie des événements marquants relatifs au contenu canadien.]

Le ministre fédéral des Communications publie un document de travail sur la radiodiffusion directe du satellite au foyer au Canada, qui contient les objectifs stratégiques et les conclusions du ministère.

Le Comité fédéral-provincial sur la télévision francophone, créé par les ministres des Communications du Canada et du Québec, soit Marcel Masse et Jean-François Bertrand, est chargé d'examiner les difficultés que doit surmonter la télévision française. Il est présidé par les deux sous-ministres fédéral et provincial.

Le CRTC crée le Groupe de travail sur l'accès aux services de télévision dans les collectivités mal desservies, qui a à sa tête le conseiller Paul Klingle.

1985 Le Comité fédéral-provincial sur la télévision francophone publie son rapport et recommande de reconnaître la nature spécifique du système de télévision francophone au sein du système canadien de radiodiffusion.

Le CRTC publie « Une politique en matière de radiodiffusion qui reflète la pluralité linguistique et culturelle du Canada » (avis public 1985-139).

Le CRTC publie un document sur « La radiotélédiffusion autochtone dans le Nord » (avis public 1985-274) dans lequel il aborde la distribution des services de radio et de télévision autochtones. Le document est fondé sur les principes contenus dans le rapport de 1980 du Comité Therrien.

Le CRTC accorde une licence d'exploitation à *The Life Channel*, un service facultatif de télévision payante qui cesse ses activités en 1986 (décision 85-141 et avis public 1987-260).

Publication du rapport du Groupe de travail sur l'accès aux services de télévision dans les collectivités mal desservies, intitulé *Le choix, à quel prix?* (rapport Klingle).

Création du Groupe de travail sur la politique de la radiodiffusion, présidé par Gerald Caplan et Florian Sauvageau.

Le CRTC annonce la création de Groupe de travail sur la musique populaire de langue française, qui est chargé d'examiner les difficultés qu'éprouvent les stations radiophoniques de langue française à respecter les niveaux exigés de musique vocale de langue française (avis public 85-100).

Adhésion de la SRC au service européen de télévision francophone TV5.

1986 Le Groupe de travail Caplan-Sauvageau dépose son rapport dans lequel il recommande une nouvelle *Loi sur la radiodiffusion* afin de tenir compte de l'évolution de la situation.

Le Groupe de travail fédéral chargé de l'examen des programmes (Groupe de travail Nielsen) publie ses recommandations sur la culture et les communications.

Le CRTC adopte un nouveau règlement sur la télédistribution qui remplace celui qui était en vigueur depuis 1976. Tout en reconnaissant la nécessité d'un environnement souple, le règlement porte que les services sonores et télévisuels canadiens doivent être prédominants.

Le CRTC adopte un nouveau règlement sur la radio, conformément auquel le CRTC joue plutôt un rôle de supervision.

Le CRTC diminue les exigences en matière de contenu canadien pour les services de télévision payante du Canada.

Le CRTC décide de ne pas autoriser l'instauration de services de télévision à la carte (avis public 1986-313).

Le CRTC publie la « Politique relative aux stéréotypes sexuels dans les médias de la radiodiffusion » (avis public 1986-351) dans laquelle il précise ses attentes concernant les stéréotypes sexuels.

Le CRTC autorise les stations AM de langue française à ramener de 65 à 55 p. 100 leur niveau minimal de musique de langue française pour une période de deux ans.

Le Comité consultatif sur la musique et la radio publie *L'industrie de la musique country au Canada*.

Inauguration d'une deuxième chaîne de télévision privée française à Montréal (Quatre Saisons).

1987 Le CRTC publie la « Politique de réglementation des systèmes de radiodiffusion directe du satellite au foyer, des systèmes de distribution multipoint et des entreprises de télévision par abonnement » (avis public 1986-254).

Le CRTC octroie des licences à neuf nouveaux services canadiens d'émissions spécialisées et de télévision payante et il décide que les câblodistributeurs doivent faire en sorte que les services canadiens jouissent d'un accès juste et équitable à leur entreprise (avis public 1987-260).

Le CRTC établit les règles applicables à la distribution des services de programmation au service de base ou comme services facultatifs (avis public 1987-261)

Le CRTC révise le règlement sur la télédiffusion et réaffirme les exigences en matière de contenu canadien, à savoir 60 p. 100 pendant l'ensemble de la journée et 50 p. 100 pendant les heures de grande écoute. (avis public 1987-8. [Voir la chronologie des événements marquants relatifs au contenu canadien.]

Le CRTC approuve la demande présentée par la SRC en vue d'obtenir une licence de réseau afin d'offrir un service national spécialisé d'informations de langue anglaise (décision 87-904) et autorise neuf autres services d'émissions spécialisées.

Le CRTC décide de ne pas réduire les exigences en matière de contenu canadien imposées aux radiodiffuseurs de musique country.

Le Comité permanent des communications et de la culture de la Chambre des communes commence l'étude du rapport Caplan-Sauvageau.

1988 Le Comité permanent des communications et de la culture de la Chambre des communes dépose son rapport sur la politique de la radiodiffusion, contenant 143 recommandations.

Le gouvernement fédéral dépose une nouvelle politique de la radiodiffusion intitulée *Des voix canadiennes pour un choix véritable*.

Le cabinet appuie l'octroi d'une licence à Radio-Canada pour l'exploitation d'une chaîne de nouvelles de langue anglaise.

La Cour d'appel de la Saskatchewan déclare que les entreprises d'émission et de réception de radiodiffusion sont des entreprises de radiodiffusion, qu'elles soient exploitées ou non à des fins lucratives ou qu'elles comportent ou non des éléments commerciaux.

Le CRTC modifie le *Règlement de 1986 sur la télédistribution* de manière à autoriser les câblodistributeurs à inclure dans leur tarif mensuel de base un supplément pour absorber les frais d'exploitation supplémentaires liés à l'implantation des nouveaux services spécialisés (avis public 1988-57).

Le CRTC déclare qu'il est disposé à examiner des propositions de services de télévision à la carte (avis public 1988-173).

Le CRTC publie une politique en matière de tribunes téléphoniques (à la radio, à la télévision ou au canal communautaire) afin d'inciter les radiodiffuseurs à élaborer leurs propres lignes directrices visant à prévenir les propos offensants et à assurer l'équilibre et les normes élevées de ce genre d'émissions (avis public 1988-213).

La chaîne internationale de langue française TV5 entre en ondes au Canada.

Le CRTC met sur pied un groupe de travail chargé « d'étudier les problèmes relatifs à la diffusion d'émissions doublées par les stations de télévision de langue française au Canada ».

1989 La *Loi sur le droit d'auteur* est modifiée de manière à exiger des entreprises de câblodistribution et de distribution par satellite qu'elles paient des droits pour la retransmission d'œuvres comprises dans les signaux distants; la notion de « communication publique » est également élargie pour englober toutes les formes de télécommunications et non pas seulement la radiodiffusion.

Le CRTC publie ses politiques en matière de réseaux de télévision, de réseaux radiophoniques et de souscription (avis public 1989-2, 1989-3 et 1989-4).

Entrée en ondes de la chaîne de nouvelles de langue anglaise de Radio-Canada, *Newsworld*.

Le groupe de travail du CRTC chargé d'étudier les problèmes relatifs aux émissions doublées publie son rapport.

Audience du CRTC pour étudier la demande de Radio-Canada concernant l'exploitation d'un service de nouvelles de langue française. Cette première demande est rejetée.

1990 Le CRTC approuve la demande de licence de réseau présentée par l'*Allarcom Pay Television Limited* (APT) en vue d'offrir un service de télévision à la carte, sur une base expérimentale et temporaire, aux abonnés de son service facultatif de télévision payante (*Superchannel*) des villes de Regina, Saskatoon et Yorkton (Saskatchewan) (décision 90-78).

Le CRTC publie la « Politique en matière de radiotélédiffusion autochtone » (avis public 1990-89) qui met à jour la réglementation en la matière.

Le CRTC approuve le transfert du contrôle de *Global Communications Limited* à *CanWest Communications Enterprises Inc.* (décision 90-1073).

Le CRTC publie *Une politique FM pour les années 90*, dans laquelle il augmente les niveaux de contenu canadien minimaux de la plupart des stations FM de musique populaire, les faisant passer de 20 à 30 p. 100, accroît la latitude des stations pour répondre aux besoins de leurs auditoires et modifie la limite quotidienne de publicité, la faisant passer de 150 minutes à 15 p. 100 de la semaine de radiodiffusion (avis public 1990-111).

La SRC annonce une importante restructuration de ses services de télévision; se trouvant devant un déficit de 108 millions de dollars, elle transforme six stations source en stations réémettrices et cesse de produire des émissions s'adressant à des auditoires locaux pour se concentrer sur des émissions régionales, nationales et internationales.

Le gouvernement fédéral crée le Groupe de travail sur la situation économique de la télévision au Canada, présidé par Jacques Girard et J.R. Peters, dont le mandat est d'examiner la structure financière qui sous-tend le système canadien de télévision.

1991 Modification de la *Loi sur la radiodiffusion* qui met l'accent sur l'unicité du système de radiodiffusion, change la structure organisationnelle de Radio-Canada, renforce les engagements du système à l'égard des

régions et exige que la nature multiculturelle du Canada soit représentée.

Le Groupe de travail Girard-Peters dépose son rapport intitulé *Situation économique de la télévision canadienne* qui contient 44 recommandations, dont la tenue d'un sommet de l'industrie de la radiodiffusion.

La Cour suprême du Canada confirme la décision de la Cour d'appel de la Saskatchewan selon laquelle les entreprises d'émission et de réception de radiodiffusion sont des entreprises de radiodiffusion, qu'elles soient exploitées ou non à des fins lucratives ou qu'elles comportent ou non des éléments commerciaux. Les radiodiffuseurs sans but lucratif doivent donc obtenir une licence du CRTC.

Le CRTC annonce une nouvelle politique simplifiée relative au canal communautaire (avis public 1991-59); elle donne aux câblodistributeurs plus de souplesse pour le partage d'émissions, établit une ligne directrice sur le niveau de financement minimal et autorise une certaine publicité dans les régions où il n'existe aucune station locale de télévision ou de radio commerciale.

Le CRTC modifie le règlement de 1986 sur la radio : les niveaux de contenu canadien s'appliquent tant à la radio AM qu'à la radio FM (avis public 1991-89).

Le CRTC attribue pour la première fois une licence à un service de télévision à la carte, *Viewer's Choice Canada* (décision 91-160).

Tenue du Sommet de l'industrie de la télévision à Montréal (Québec) en décembre.

Dans un document intitulé *Mission, valeurs, principes et objectifs*, Radio-Canada publie sa vision d'avenir de la SRC.

1992 Le Comité permanent des communications et de la culture de la Chambre des communes dépose un rapport intitulé *Culture et communications : Les liens qui nous unissent*. Cette étude porte sur les répercussions de la culture et des communications sur l'unité canadienne.

Le CRTC publie la « Politique relative à la radio communautaire et à la radio de campus » (avis public 1992-38) qui garantit une certaine

souplesse aux stations, tout en veillant à ce qu'elles offrent des services complémentaires.

Le CRTC publie la « Politique de 1992 sur la représentation non sexiste des personnes » (avis public 1992-58) qui examine les faits nouveaux depuis la « Politique relative aux stéréotypes sexuels » de 1986.

Le CRTC publie l'avis public 1992-72, intitulé *Examen des règlements et politiques du CRTC concernant la radio*, dans lequel il élabore une nouvelle structure réglementaire « suffisamment souple pour aider les radiodiffuseurs à régler les problèmes financiers qu'ils connaissent actuellement, dans la mesure où ces difficultés sont d'ordre réglementaire ».

Le CRTC autorise *Allarcom Pay Television* à exploiter le deuxième service de télévision payante du Canada, *Home Theatre*, qui desservira les abonnés de l'Ouest du Canada (décision 92-28).

Privatisation de Télésat Canada. Le gouvernement fédéral prolonge de dix ans son monopole de la communication par satellite.

1993 Le gouvernement fédéral publie *Un pays singulier dans sa diversité*, sa réponse aux recommandations du Comité permanent des communications et de la culture de la Chambre des communes contenues dans *Les liens qui nous unissent*.

Le CRTC indique que les systèmes de radiodiffusion directe (SRD) du satellite au foyer contribueront énormément à la réalisation des objectifs établis pour le système canadien de radiodiffusion. Il établit également sa compétence sur les SRD étrangers qui offrent leurs services à l'ensemble du Canada ou à certaines régions du pays (avis public 1993-74).

Le CRTC publie la « Politique sur la radiodiffusion à caractère religieux » (avis public 1993-78) qui insiste sur l'importance de l'équilibre.

Le CRTC publie la « Politique d'attribution de licences de radio de faible puissance » (avis public 1993-95).

Le CRTC publie l'avis public 1993-173, intitulé *Modifications au Règlement de 1986 sur la radio concernant les pièces musicales canadiennes, la musique vocale de*

langue française et les exigences relatives au registre d'émissions. [Voir la chronologie des événements marquants relatifs au contenu canadien.]

1994 Le CRTC autorise Radio-Canada à offrir une chaîne de nouvelles de langue française (décision 94-285).

Le CRTC annonce les principes d'exploitation d'un nouveau fonds de production canadien qui commencera ses activités en janvier 1995 (avis public 1994-10).

Le CRTC attribue des licences à deux nouveaux services de télévision payante et huit nouveaux services spécialisés (avis public 1994-59).

Le CRTC exempte les entreprises de distribution par SRD de l'obligation de détenir un licence à condition qu'elles soient de propriété canadienne, utilisent des installations canadiennes de transmission par satellite et distribuent plus de services canadiens que de services étrangers (avis public 1994-111).

Le gouvernement fédéral crée le Comité consultatif sur l'autoroute de l'information.

1995 Le Comité permanent du patrimoine canadien de la Chambre des communes présente son rapport intitulé *L'avenir de la Société Radio-Canada dans l'univers multichaîne*. Cette étude porte sur le rôle de la SRC et relève d'autres sources de revenus possibles.

Le CRTC publie un rapport intitulé *Concurrence et culture sur l'autoroute canadienne de l'information : Gestion des réalités de transition*. Il évalue les questions relatives à la concurrence, aux installations et à l'appui que soulève l'autoroute de l'information, et il annonce son intention d'autoriser l'entrée des compagnies de téléphone sur le marché de la distribution de radiodiffusion.

Le Comité consultatif sur l'autoroute de l'information (CCAI) étudie le rapport du CRTC et présente son propre rapport, intitulé *Contact, Communauté, Contenu : Le défi de l'autoroute* de l'information.

Le CRTC renouvelle les licences de stations de télévision privées de langue anglaise et adopte « des modalités de politique plus souples, mettant l'accent sur les émissions canadiennes de divertissement ».

Les décrets C.P. 1995-1105 et 1995-1106 donnent des instructions au CRTC au sujet de l'attribution de licences aux entreprises de distribution par SRD et aux entreprises de programmation de télévision à la carte distribuée par SRD; le CRTC doit s'assurer que seuls les titulaires d'une licence peuvent exploiter des entreprises de distribution par SRD.

Le CRTC publie une « Politique régissant l'implantation de la RAI » (avis public 1995-184).

Le CRTC révoque son ordonnance d'exemption de 1994 concernant les entreprises de distribution par SRD (avis public 1995-219).

Le CRTC octroie une licence à Canal Première, un service de télévision à la carte de langue française (décision 95-900).

Le CRTC octroie une licence à ExpressVu ainsi qu'à *Power DirectTv* afin d'exploiter de nouvelle entreprises nationales de distribution par SRD (décisions 95-901 et 95-902).

Le CRTC accorde à Radio-Canada une licence afin d'exploiter un nouveau service de musique audionumérique appelé Galaxie (décision 95-914).

Le CRTC autorise la vente de l'Alberta Educational Communications Corporation (ACCESS) à la Learning and Skills Television of Alberta Limited (LTA) (décision 95-742).

Lancement de la chaîne de nouvelles de langue française de Radio-Canada, le Réseau de l'information (RDI).

Établissement du site Web de Radio-Canada.

Le gouvernement fédéral crée le Comité d'examen des mandats, présidé par Pierre Juneau, chargé d'étudier les mandats et le rôle à l'avenir de Radio-Canada, de l'Office national du film et de Téléfilm Canada.

Création du Groupe de travail sur la mise en œuvre de la télévision numérique.

Le satellite Anik E1 de Télésat perd 14 voies radiofréquences, soit plus de la moitié de sa capacité.

1996 Le Comité d'examen des mandats de la SRC, de l'Office national du film et de Téléfilm Canada dépose son rapport intitulé *Faire entendre nos voix* (le rapport Juneau) qui contient 95 recommandations.

Le CCAI dépose son rapport intitulé *La société canadienne à l'ère de l'information : Pour entrer de plain-pied dans le XXIe siècle*.

Le gouvernement fédéral publie son cadre stratégique sur la convergence intitulé *Politique sur la convergence*.

Le CRTC signale que *PowerDirecTV* ne sera pas en mesure de lancer son service de distribution par SRD.

Le CRTC autorise Star Choice à exploiter une nouvelle entreprise nationale de distribution par satellite de radiodiffusion directe (SRD) (décision 96-529).

Le CRTC approuve la demande présentée par *Shaw Communications Inc.*, un important câblodistributeur, en vue d'obtenir une licence d'exploitation d'un service national de distribution par SRD appelé *Homestar* (décision 97-38).

La *Loi sur Bell Canada* est modifiée de manière à permettre à la compagnie d'être titulaire d'une licence de radiodiffusion.

Le CRTC octroie des licences à 24 nouveaux services spécialisés et services de télévision payante (avis public 1996-120).

La ministre du Patrimoine canadien, Sheila Copps, annonce la création du Fonds de télévision et de câblodistribution pour la production d'émissions canadiennes, qui réunit le Fonds de production du câble et le Fonds de développement de la production d'émissions canadiennes de Téléfilm Canada.

1997 Le CCAI présente son rapport final intitulé *Préparer le Canada au monde numérique*.

Le Groupe de travail sur la mise en œuvre de la télévision numérique présente son rapport intitulé *La télévision canadienne à l'ère numérique*.

Le ministre du Patrimoine canadien annonce un financement stable pour Radio-Canada pendant cinq ans, à partir d'avril 1998.

Le CRTC publie un nouveau cadre de réglementation pour les entreprises de distribution de radiodiffusion (EDR), y compris toutes les entreprises de distribution par câble, par SRD et par radiocommunication (avis public 1997-25). Il publie par la suite le *Règlement sur la distribution de radiodiffusion* (avis public 1997-150), fondé sur le nouveau cadre de réglementation.

Le CRTC décide que les EDR doivent verser au moins 80 p. 100 de leur contribution au Fonds de télévision et de câblodistribution pour la production d'émissions canadiennes; les 20 p. 100 qui restent peuvent être versés à d'autres fonds administrés par des organismes indépendants (avis public 1997-98).

Le CRTC approuve l'acquisition par BCE de 31,173 p. 100 des actions d'ExpressVu que détient *Tee-comm Electronics*; à la suite de la transaction, BCE détiendra 70,67 p. 100 des actions avec droit de vote d'EressVu (décision 97-149).

Le CRTC attribue une nouvelle licence de distribution de radiocommunication par SDM à *LOOK TV Inc.*, qui offrira des services aux collectivités du Sud de l'Ontario (décision 97-370).

Le CRTC approuve la fusion de *Star Choice Television network* et de *Homestar Services Inc.*, filiale de *Shaw Communications*; *Homestar* ne mettra pas en œuvre l'autorisation qu'elle a reçu d'exploiter un service. (décision 97-677).

Lancement de Galaxie, service audio payant transmis par satellite et par câble.

1998 Le CRTC révise sa politique sur la radio commerciale intitulée « Politique de 1998 concernant la radio commerciale » (avis public 1998-41).

Le CRTC publie le « Cadre de politique pour l'introduction de la concurrence dans l'industrie de la distribution par relais satellite » (avis public 1998-60) et autorise *Star Choice Television Network Incorporated* à exploiter une deuxième entreprise nationale de distribution par relais satellite, semblable à celle qu'exploite Cancom.

Le CRTC publie un rapport sur les autres réseaux nationaux de télévision (avis public 1998-8) dans lequel il recommande de ne pas

solliciter de demandes pour d'autres réseaux de télévision anglophones, francophones ou bilingues.

Le CRTC approuve la demande de LOOK TÉLÉ visant à obtenir une licence d'exploitation d'entreprise de distribution de radiocommunication par SDM qui desservira Montréal et les régions avoisinantes, Québec et les régions avoisinantes, l'Est de l'Ontario et l'Ouest du Québec (décision 98-55).

Le CRTC approuve la demande de licence présentée par *Star Choice* en vue d'exploiter une entreprise nationale de distribution par relais satellite (EDRS). Parallèlement, il refuse la demande de *PrimeTime Canada* (décisions 98-172 à 98-174).

1999 Le Sous-comité des communications relevant du Comité sénatorial permanent des transports et des communications publie un rapport intitulé Au *fil du progrès: Positionnement du Canada dans la révolution technologique mondiale*.

Le Comité permanent du patrimoine canadien de la Chambre des communes publie un rapport intitulé *Appartenance et identité*, dans lequel il recommande que la Société Radio-Canada jouisse d'un financement stable et continu.

Le CRTC publie « La politique télévisuelle au Canada : Misons sur nos succès » (avis public 1999-97) qui propose une nouvelle structure de réglementation afin d'appuyer un système de radiodiffusion solide sur le plan financier.

Le CRTC publie sa politique sur les nouveaux médias — les services offerts sur Internet — (avis public 1999-84) dans laquelle il annonce qu'il ne réglementera pas les activités des nouveaux médias sur Internet.

Le CRTC publie la « Politique relative à la radiodiffusion à caractère ethnique » (avis public 1999-117) qui révise sa politique de 1985.

Le CRTC approuve la demande de licence de radiodiffusion présentée par Bell ExpressVu (auparavant ExpressVu), en vue d'exploiter une entreprise nationale de distribution par relais satellite (décision 99-87).

Le CRTC attribue à Bell Services Satellite inc. une licence lui permettant d'exploiter un service national de télévision à la carte par satellite de radiodiffusion directe, offrant des films et d'autres émissions

acquises sur un maximum de 22 canaux de langue anglaise et huit de langue française (décision 99-88).

Le CRTC octroie des licences à quatre nouveaux services spécialisés de langue française (décisions 99-109 à 99-112).

Le CRTC approuve la fusion des entreprises de distribution par relais satellite Cancom et Star Choice (décision 99-169).

La Société Radio-Canada présente sa vision stratégique et son plan d'avenir intitulé *Notre engagement envers les Canadiens — Plan stratégique de Radio-Canada*.

Télésat lance le satellite Nimiq, premier satellite de communication directe du Canada.

2000 Le CRTC renouvelle les licences de radio et de télévision de Radio-Canada en mettant l'accent sur la préservation et la solidification des services existants de radio et de télévision, afin de renforcer la représentation de toutes les régions du pays.

Le premier ministre annonce un financement supplémentaire de 60 millions de dollars pour Radio-Canada.

Le CRTC publie la « Politique relative au cadre de réglementation des nouveaux services de télévision spécialisée et payante numériques » (avis public 2000-6), conçue pour accroître la diversité et le choix pour les téléspectateurs.

À la suite du décret C.P. 2000-1464, le CRTC sollicite l'opinion du public sur les mesures à prendre pour s'assurer que les résidents de la Région du Grand Toronto reçoivent une variété de services radiophoniques qui reflètent la diversité de leurs langues et de leurs cultures (avis public 2000-144).

À la suite du décret C.P. 2000-1551, le CRTC sollicite l'opinion du public sur la création, dans les meilleurs délais, de services de télévision en direct qui reflètent la population multiculturelle, multilingue et multiraciale de la Région du Grand Vancouver et répondent à ses besoins (avis public 2000-145).

Le CRTC décide d'attribuer des licences visant l'exploitation de 16 services spécialisés numériques de télévision de langue anglaise et 5

services spécialisés numériques de télévision de langue française de catégorie 1, de même que de 262 services de catégorie 2 (avis public 2000-171).

Le CRTC publie la « Politique relative à la radio campus » (avis public 2000-12) et la « Politique relative à la radio communautaire » (avis public 2000-13), qui révisent ses politiques de 1992 afin de rationaliser les exigences réglementaires.

Le CRTC apporte des modifications réglementaires à sa Politique relative à la radiodiffusion à caractère ethnique (avis public 2000-92).

Le CRTC approuve une demande de *Shaw Communications Inc.* qui veut acquérir le contrôle effectif de Cancom (décision 2000-213).

Le CRTC approuve une demande de CanWest Global Communications Corp. qui veut acquérir les actifs de télévision conventionnelle de WIC Western International Communications Ltd. (décision 2000-221). Avec l'ajout de trois stations en Alberta, *Global Television* devient un réseau pancanadien.

Le CRTC approuve le transfert du contrôle effectif de CTV Inc., un des plus importants réseaux de télévision du Canada, à BCE Inc., la plus grande entreprise de télécommunication du Canada (décision 2000-747).

Radio-Canada et *Corus Entertainment Inc.* offrent un nouveau service de musique numérique de 40 canaux.

Telesat lance son plus récent satellite, Anik F1, afin d'assurer une meilleure couverture au Canada ainsi que des services aux États-Unis et en Amérique du Sud.

2001 Le CRTC présente à la gouverneure en conseil un rapport sur les mesures à prendre pour s'assurer que les résidents de la Région du Grand Toronto reçoivent une gamme de services radiophoniques qui reflètent la diversité de leurs langues et de leurs cultures (avis public 2001-10).

Le CRTC publie « Vers un avenir mieux équilibré : Rapport sur les services de radiodiffusion de langue française en milieu minoritaire » (avis public 2001-25) dans lequel il énonce l'objectif, étant donné la rapide introduction de technologies numériques, de fournir à tous les

Canadiens l'accès à des services spécialisés de langues anglaise et française et à au moins un service de télévision payante.

Le CRTC présente à la gouverneure en conseil un rapport sur la création, dans les meilleurs délais, de services de télévision en direct qui reflètent la population multiculturelle, multilingue et multiraciale de la Région du Grand Vancouver et répondent à ses besoins (avis public 2001-31).

Le CRTC demande à l'Association canadienne des radiodiffuseurs d'élaborer un plan d'action pour la création d'un groupe de travail composé de représentants de l'industrie et de la collectivité qui serait chargé d'examiner la représentation de la diversité culturelle canadienne à la télévision et de trouver des moyens de l'améliorer (avis public 2001-88).

Le CRTC annonce son intention de rendre les délibérations télévisées de la Chambre des communes plus accessibles aux Canadiens dans la langue officielle de leur choix (avis public 2001-115).

CanWest Global Communications Corp. annonce la vente de ses actifs dans la station de télévision de Montréal CFCF et dans ROBTv, ainsi que l'a exigé le CRTC quand CanWest a acheté huit stations de télévision qui appartenaient auparavant à *WIC Western International Communications Ltd.*

Le CRTC renouvelle pour une période de sept ans les licences des stations de télévision possédées et contrôlées par *CTV Inc.* (CTV) et *CanWest Global Communications* (Global). Il impose des conditions, notamment que CTV et Global souscrivent à une *Déclaration de principes et de pratiques* en ce qui concerne la propriété mixte de stations de télévision et de journaux.

Le CRTC approuve le transfert du contrôle du Groupe TVA (TVA) à Québécor Média inc. (QMI) et renouvelle la licence d'exploitation de TVA pour une période de sept ans. Selon une des conditions, QMI doit vendre TQS inc. (TQS) à une tierce partie (décisions 2001-384 et 2001-385).

Le 18 septembre, Cogeco et Bell Globemedia annoncent qu'ils acquièrent la participation de Québécor Média dans le réseau TQS et créent une coentreprise regroupant le réseau TQS ainsi que six stations de télévision de Cogeco Radio-Télévision. En décembre, le CRTC

approuve le transfert de TQS à Cogeco et Bell Globemedia (décision 2001-746).

En septembre, 60 nouvelles chaînes de télévision numériques sont lancées.

2002 Le CRTC annonce son cadre de réglementation relatif à la transition au mode numérique de la télédiffusion en direct (avis public 2002-31).

À la suite du décret C.P. 2002-1043, le CRTC sollicite l'opinion du public sur le cadre de réglementation de la radiodiffusion concernant la retransmission sur Internet des signaux de télévision et de radio en direct (avis public 2002-38).

Le CRTC octroie une licence à Multivan Broadcast Corporation l'autorisant à exploiter un nouveau service de télévision en direct à caractère ethnique à Vancouver (décision 2002-39).

La CRTC dévoile la nouvelle politique relative aux médias communautaires, réitérant et même renforçant son engagement à l'égard de l'accès communautaire et de la programmation locale (avis publique 2002-61).

Le CRTC attribue à Craig Broadcasting Systems Inc. une licence d'exploitation de deux nouvelles stations de télévision en direct desservant Toronto et Hamilton (décisions 2002-81 et 2002-82).

Le CRTC approuve la vente de 21 stations radiophoniques de Télémédia situées au Québec et dans les Provinces maritimes à Astral Media Inc. Il approuve en outre la vente des 64 station radiophoniques et deux stations de télévision de Télémédia situées en Alberta, en Colombie-Britannique et en Ontario à Standard Radio Inc., de même que l'acquisition par Rogers Broadcasting Ltd. de 14 stations et par NewCap Inc. de 15 stations achetées par Standard (décisions 2002-90 à 2002-93).

En avril, la ministre du Patrimoine canadien, Sheila Copps, annonce un examen de la définition de contenu canadien pour les productions cinématographiques et télévisuelles. François Macerola assure la coordination de l'examen et présentera un rapport à cet égard au plus tard le 31 mars 2003.

SOURCES

Bird, Roger. *Documents of Canadian Broadcasting*. Carleton University Press, Ottawa, 1988.

Société Radio-Canada. *Jalons de l'histoire*.
http://www.cbc.radio-canada.ca

Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes. *D'où vient le CRTC*.
http://www.crtc.gc.ca

Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes. *Décisions-clés*.
http://www.crtc.gc.ca

Patrimoine canadien. *Faire entendre nos voix*. Janvier 1996.
http://www.pch.gc.ca

Société du Musée canadien des civilisations. *Devant le petit écran : Historique du développement de la télévision*.
http://www.civilization.ca

Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes. *En bref : la réglementation de la radiodiffusion au Canada et le CRTC*.
http://www.crtc.gc.ca

Musée des sciences et de la technologie du Canada. *Renseignements de base sur l'espace*.
http://www.science-tech.nmstc.ca/francais/schoolzone/Info_Space.cfm

Chapman, J.H. *et al. Upper Atmosphere and Space Programs in Canada*. Queen's Printer and Controller of Stationery, Ottawa, 1967.

Collins, Richard. "Between Two Broadcasting Acts: Canadian Broadcasting Policy and the Public Sector From 1968 to 1991." *British Journal of Canadian Studies*, vol. 6, n° 2, 1991, pp. 319-338.

Ellis, David. *La radiodiffusion canadienne — Objectifs et réalités, 1928-1968*, ministre des Approvisionnements et Services du Canada, Hull, 1979.

Goldfarb, Rebecca. "External Constraints on Public Policy: Canada's Struggle to Preserve a Broadcasting System Fundamentally Canadian in Character." *Canadian Issues*, vol. 19, 1997, pp. 31-46.

Gouvernement du Canada. *Politique sur la convergence*. Août 1996.

Industrie Canada. *History of CBC Technology*.
http://collections.ic.gc.ca/cbc/index.html

Jelly, Doris H. "Canada in Space." *CADE: Journal of Distance Education/ Revue de l'enseignement à distance*, vol. 8, n° 1, 1993.

Rutherford, Paul. *The Making of the Canadian Media*. McGraw-Hill Ryerson Limited, Toronto, 1978.

ANNEXES

Annexe 5
Glossaire

Adressabilité : Technique qui permet au câblodistributeur d'envoyer de l'information de son « adresse » à celle de l'abonné et éventuellement d'en recevoir. Elle offre un plus grand choix et des services mieux adaptés aux besoins des abonnés. Le câblodistributeur contrôle les signaux fournis à chaque abonné au moyen d'un équipement spécial installé chez lui et d'un appareil de réception adressable installé à l'intérieur ou à l'extérieur des locaux de l'abonné. Des décodeurs adressables donneront aux abonnés une plus grande souplesse pour ce qui est de déterminer leurs blocs de services de câblodistribution.

Anik : Nom d'une famille de satellites de Télésat Canada. Anik signifie frère en dialecte inuit.

Antenne : Dispositif d'émission et de réception d'ondes radioélectriques, conçu spécialement pour concentrer les ondes émises dans une direction précise ou provenant d'une direction précise.

Audimètre : Appareil fixé à un téléviseur pour mesurer les habitudes d'écoute des téléspectateurs.

Bande large, bande étroite : Ces termes correspondent à lent et rapide. Un réseau à bande étroite peut acheminer 24 voix ou conversations téléphoniques sur un câble de fibres optiques à 1,54 million de bits par seconde (1,54 Mbps). Un réseau à bande large peut transmettre 672 conversation sur un câble de fibres optiques à 44,7 millions de bits par seconde (44,7 Mbps).

BCPAC : Le Bureau de certification des produits audiovisuels canadiens, situé au sein du ministère du Patrimoine canadien, administre le système qui détermine la cote des productions canadiennes en points. Les productions qui reçoivent dix points sur dix sont souvent qualifiées de « spécifiquement canadiennes », alors que celles qui reçoivent six points sont qualifiées de « productions industrielles ».

Bits (bytes) : Le bit est un 1 ou un 0 dans notre monde numérique. Il faut 8 bits pour représenter un caractère (p. ex., la lettre « a »). Huit bits font un octet. La vitesse de transmission sur un réseau se mesure en bits par seconde (*bps*). La capacité d'entreposage d'un disque se mesure en octets (p. ex., un ordinateur peut avoir un disque dur de 20 gigaoctets).

Bps : Bits par seconde. Décrit la vitesse à laquelle les données sont transmises sur un réseau. Les augmentations de vitesse ont donné lieu à de nouveaux acronymes. Mille bits par seconde se dit Kpbs (un kilobit) et un million de bits par seconde se dit mégabit (Mbps).

Câble coaxial : Câble constitué d'un fil de cuivre entouré d'isolant, lui-même enveloppé dans un blindage de fil tressé qui limite l'interférence.

CD : Le disque compact a été mis au point par Sony et Phillips et commercialisé au début des années 1980. Dès 1986, il se vendait plus de CD que de disques de vinyle.

Compression numérique : Technologie qui sert à comprimer une suite de données numériques produites par ordinateur. Elle permet de transmettre de l'information en utilisant moins de largeur de bande et d'avoir plus de place pour un plus grand nombre de canaux ou de services. Au moyen d'ordinateurs à grande vitesse, elle permet de convertir en numérique des données plus complexes, en travaillant avec diverses combinaisons de sons, d'images fixes, de vidéo et de textes. La compression vidéo numérique (la CVN) réduit la largeur de bande nécessaire pour transmettre un signal de télévision conventionnel. La compression audionumérique fait de même pour les services sonores, musicaux ou autres.

Compression : Ensemble de techniques pour conserver de l'information (p. ex., une photographie) au moyen d'un moins grand nombre de bits. De nombreuses normes sont en usage (p. ex., JPEG, ZIP, GIF). Un fichier comprimé peut se transmettre plus rapidement sur un réseau. On peut en particulier le transmettre plus rapidement sur le « dernier mille », dans les ménages qui n'ont pas accès à une grande largeur de bande.

Convergence et nouveaux médias (définition du CRTC) : Le terme « convergence » se rapporte à l'utilisation de la technologie numérique pour l'échange d'information. Les nouveaux services et produits interactifs allient voix, données, texte ou image. La convergence désigne aussi la disponibilité des services classiques de communication sur Internet et les organisations dont l'activité transcende les limites très nettes d'autrefois, par exemple les câblodistributeurs dans la téléphonie et les entreprises d'Internet et les compagnies de téléphone dans les activités de radiodiffusion. La convergence a eu d'importantes répercussions non seulement sur les industries qui sont de notre ressort, mais aussi dans la vie de tous les Canadiens.

Convergence : Le terme s'emploie de trois façons différentes au moins. Au cours des années 1970, le terme le plus répandu était « intégration ». L'intégration (des divers modes de télécommunication) désignait le fait que les distinctions entre les systèmes téléphoniques et par câble s'estompaient, avec l'apparition des technologies numériques. Par exemple, ce qui avait été le « système téléphonique traditionnel » pouvait transmettre la voix, des données et un signal vidéo. Au fur et à mesure que les changements techniques effaçaient les distinctions entre les modes de télécommunication, les sociétés en cause ont élaboré des plans d'entreprise pour exploiter les nouvelles capacités. C'est ainsi qu'apparaît le deuxième sens du terme « intégration » ou de la « convergence », soit les changements de propriété (fusions et acquisitions dans les entreprises de radiodiffusion et de télécommunication). Dans beaucoup d'articles récents (2001-2003) des médias d'information, on parle des fusions et des acquisitions sous l'angle de la convergence. Le troisième sens du terme se rapporte au consommateur qui, de moins en moins, remarquera une différence entre les divers services de radiodiffusion et de télécommunication au foyer. À un moment donné,

dans un proche avenir, il n'y aura pour le consommateur aucune différence notable entre ce qu'on désigne maintenant comme le téléviseur et l'ordinateur. Le monde des télécommunications et celui de l'informatique seront devenus indissociables.

CRTC : Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes. Organisme du gouvernement du Canada qui réglemente tous les aspects du secteur de la radiodiffusion et de la télédiffusion.

Crise : Épisode de danger ou de grande difficulté, point tournant d'une maladie, moment décisif.

« Dernier mille » : Expression courante pour décrire la distance à parcourir entre la partie avancée du système de télécommunication (d'habitude, la fibre optique) et le consommateur. Pour les consommateurs non câblés, il s'agit habituellement de fil de cuivre.

Diffusion ciblée : Diffusion d'émissions de radio ou de télévision destinées à un public choisi en fonction d'un intérêt spécial ou d'un groupe d'âge.

Diversité : Variété. Dans ses *Essais*, Montaigne a dit : « Et ne fut jamais au monde, deux opinions pareilles, non plus que deux poils, ou deux grains. Leur plus universelle qualité, c'est la diversité ».

DVD : Disque vidéonumérique.

ECM : Entreprise à canaux multiples ou multitransmetteurs. Transmetteurs en direct portant un signal non brouillé.

EDR : entreprise de distribution de radiodiffusion.

EDRS : Entreprise de distribution par relais satellite.

Empreinte : Zone de couverture au sol d'un signal.

FCC : Federal Communications Commission (États-Unis). Organisme américain de réglementation responsable de l'octroi de licences aux entreprises de radiodiffusion et de télécommunications.

FCT : Fonds canadien de télévision.

Fibre occulte : Fibre optique inutilisée dans du matériel de communication. Lorsqu'elle est utilisée, la fibre est dite « allumée ».

Fibre optique : Technologie de communication qui achemine le signal par des câbles faits de fibres de verre. Narinder S. Kapany, en Angleterre, l'a mise au point dans les années 1950. Ce câble coûte meilleur marché que le fil de cuivre et a une largeur de bande quasi illimitée. Si le fil de cuivre

permet une transmission qui se mesure en mégabits par seconde (mbps), le câble de fibres optiques peut facilement permettre une vitesse de transmission qui se mesure en gigabits par seconde (gbps).

Fil de cuivre : Le fil de cuivre a été utilisé pour les réseaux téléphoniques (jusqu'à l'invention de la fibre de verre ou de plastique qui transmet des impulsions lumineuses). Le fil de cuivre qui se rend dans les ménages est actuellement limité à environ 56 000 bits par seconde (56 Kbps). Cependant, les communications vocales sont transmises sur seulement 4 kilohertz des fréquences disponibles sur fil de cuivre. Il est techniquement possible de télécharger des données vers le foyer au rythme de 8 millions de bits par seconde (8 Mbps) et, du foyer vers l'entreprise de téléphonie, à 1 million de bits par seconde (1 Mbps).

Format : Caractère général d'une émission (nouvelles, classique, etc.)

Gigabits : Un milliard de bits.

Information numérique : Utilise le code binaire du langage informatique. Des signaux de télévision et des signaux sonores analogiques sont convertis en une suite numérique. Avec des ordinateurs, ces « bits » d'information sont interchangeables à l'infini. Des lettres, des nombres, des sons et des images peuvent être réduits en une suite d'impulsions numériques ou « bits » d'information composés de zéros et de uns. Un signal sonore numérique donne un son semblable à celui d'un disque compact.

IP (Protocole Internet) : Protocole (ou ensemble de règles) pour la transmission de données d'un ordinateur à un autre. Les données sont transmises par paquets. Chaque paquet contient un en-tête (comprenant l'adresse) et le message.

Inforobot : Logiciel qui fournit des capacités limitées d'intelligence artificielle (dérivé de robot).

LAN : Ligne d'abonné numérique.

Largeur de bande : Mesure de la partie du spectre électromagnétique occupée par un signal. Habituellement mesurée en hertz (Hz), kilohertz 9kHz) ou mégahertz (MHz). Aussi, mesure de la capacité d'information d'une voie de transmission. Au départ, la capacité de la largeur de bande était mesurée en bits par seconde, *bps*. Plus une voie possède de largeur de bande, plus elle peut distribuer d'information. Lorsque la bande est suffisamment large, une image en action réelle, notamment un signal de télévision, peut être distribuée. La *bande large* est une très grande largeur de bande.

LNPA (Ligne numérique à paire asymétrique) : Technologie permettant de communiquer et de recevoir de l'information à haute vitesse grâce à une ligne téléphonique ordinaire à paire de fils de cuivre torsadée. La ligne est dite « asymétrique » parce que le téléchargement en aval (vers l'abonné) est plus rapide que le chargement en amont.

MAPL : Acronyme de Musique, Artiste (interprète), Production, Lyriques (paroles). Pour être classé contenu canadien, un enregistrement radiophonique doit posséder deux des quatre éléments. Par exemple, si un Canadien a écrit les paroles et qu'un Canadien interprète la chanson, l'enregistrement est classé contenu canadien.

Modulation : Procédé par lequel une caractéristique d'une porteuse varie en fonction d'une caractéristique du signal porté. Par exemple, la fréquence de la porteuse peut varier en fonction de l'amplitude du signal.

Multiplateforme : Se dit de la promotion d'une émission de télévision, d'un film ou d'un événement spécial (p. ex., la remise des prix *Juno*) dans plusieurs médias. Ainsi, une publicité pourrait paraître dans un journal, à la radio, sur des babillards et à la télévision. La promotion d'un événement sur plusieurs plates-formes est une notion antérieure à celles de la convergence et de la propriété multimédia. Un des avantages présumés de la propriété multimédia, c'est la capacité d'utiliser tous les actifs d'une société pour promouvoir une émission de télévision ou un film. Il n'est pas certain qu'il s'agisse d'un avantage particulier de la propriété multimédia, tout comme l'idée de vendre de la publicité dans les divers médias d'une société (« publicités regroupées » ne semble pas avoir porté les fruits escomptés. Toutefois, la capacité de promouvoir un événement particulier (p. ex., la remise des prix *Juno*) à l'aide de plusieurs instruments, dont la publicité, peut mener à des succès impensables pour des organismes médiatiques dont les débouchés sont plus limités.

Multiplexage : Moyen électronique permettant de transmettre simultanément un certain nombre de signaux différents (signaux vocaux, données, sonores ou vidéo) sur la même ligne (ligne téléphonique de cuivre, câble coaxial ou fibre optique) sans interférence.

Nimiq 1 et 2 : Premiers satellites de radiodiffusion directe canadiens. Ce terme inuit désigne tout objet qui unit ou relie des objets entre eux.

Numérique : Désigne l'entreposage d'information sous forme de séquences de 0 et de 1. C'est sous cette forme que l'information se retrouve sur un CD ou un vidéodisque. Bien que l'idée de conserver l'information sous forme numérique remonte à Leibniz (au XVIIe siècle), les percées techniques clés ont probablement été l'invention du transistor (1947) et la création du premier circuit intégré (1957). On pourrait dire que l'ère du numérique a débuté, pour le grand public, avec l'invention des premiers ordinateurs personnels (début des années 1980).

Photonique : Tous les éléments des communications optiques, ce qui comprend la fibre, le laser, les commutateurs optiques et tous les éléments utilisés pour la transmission de la lumière par fibre.

POP (Point de présence) : Point d'accès à Internet. Chaque POP a une adresse IP (Protocole Internet) unique.

Programmation multiplexée : Programmation diffusée par un service de télévision payante qui est distribué sur deux ou plusieurs canaux. Elle permet d'échelonner les heures de présentation d'une émission donnée.

Protocole : Ensemble formel de conventions qui régissent le format et la synchronisation des échanges d'information entre deux systèmes en communication.

Routeur : Dispositif qui relie plusieurs réseaux. Sur Internet, le routeur est un dispositif ou un logiciel qui localise le prochain noeud du réseau auquel un paquet doit être transmis.

RNT : Radio numérique de transition.

Sans fil de troisième génération (Sans fil 3G) : Prochaine génération de télécommunications sans fil qui permettra de transmettre des données à des vitesses comparables à celle du câble et de la LNPA, les deux premières étant le cellulaire analogique et le SCP.

SCP (Service de communications personnelles) : Service de téléphonie sans fil qui fonctionne à la façon d'un service de téléphonie cellulaire et dont les fonctions de transmission et de réception repose sur la technologie numérique.

SDM : Système de distribution multipoint. Transmetteurs à captation en direct acheminant un signal brouillé.

Service de télévision à la carte : Service entièrement facultatif qui offre le plus souvent des films et des reportage hors série. Il est offert par le câble ou directement par satellite selon un régime de facturation. Les abonnés peuvent choisir les émissions qu'ils veulent regarder, et payer en conséquence.

Service de télévision payante : Service de télévision semblable à ceux qui ne présentent que des longs métrages. Ce service est offert par relais de télédistribution ou de transmission directe par satellite et facturé par canal (par ex., SuperChannel dans l'ouest du Canada et The Movie Network dans l'est du Canada ou le Family Channel). Les dispositions réglementaires du CRTC interdisent la publicité à la télévision payante. Tous les services de télévision payante peuvent être télédistribués uniquement à titre facultatif.

Service facultatif : Service de programmation ou service hors programmation qui ne fait pas partie du service de base d'un système de télédistribution. Il est offert aux abonnés à titre facultatif (optionnel), seul ou dans un bloc de services, à un tarif distinct et en sus du tarif mensuel de base.

Services spécialisés de télévision : Type particulier de programmation s'adressant à un auditoire particulier (par ex., Le réseau des sports, MusiquePlus, VRAK, etc.). La plupart des services spécialisés peuvent diffuser un niveau maximal de publicité moins élevé que celui des stations ou des réseaux de télévision traditionnels qui s'adressent à un large éventail d'auditeurs. Un service

spécialisé peut être distribué comme service de base ou comme faisant partie d'un bloc de services facultatifs. Les services spécialisés tirent normalement leurs recettes d'une combinaison de publicité et de tarifs d'abonnement.

Signal analogique : Le signal analogique est transmis par les ondes. La voix humaine se compose d'ondes (de l'air) que nous percevons comme un ensemble de sons différents. Avant 1960, les conversations téléphoniques étaient transmises comme signal analogique. La voix humaine était transformée en ondes électromagnétiques. Les ondes sont décrites par leur fréquence, qui est mesurée en hertz (Hz). La largeur de bande est une mesure de la capacité, mais elle s'exprime différemment dans les transmissions analogiques et numériques. Dans les systèmes analogique, la largeur de bande se décrit en hertz.

Signal numérique : Le signal numérique se transmet sous forme de bits (binaires). Le bit se compose de deux parties, produites par la présence ou l'absence de voltage, l'une correspondant à « 1 » et l'autre à « 0 ». Le signal numérique a plusieurs avantages par rapport au signal analogique. Il peut se déplacer plus rapidement, donner une meilleure qualité de voix, comporter moins d'erreurs et demander un équipement moins complexe. Dans les systèmes numériques, la largeur de bande est indiquée en bits.

Spectre : Suite ordonnée d'objets suivant une gradation ou en fonction d'une caractéristique ou d'une qualité particulière. Par exemple, la suite d'ondes radioélectriques ordonnée en fonction de leur longueur s'appelle le spectre des radiofréquences. Toutefois, le terme peut servir dans d'autres contextes. Dans *Brideshead Revisited* d'Evelyn Waugh, un des personnages décrit la chartreuse (liqueur verte) comme suit : « Cinq saveurs distinctes se succèdent sur la langue. C'est comme avaler un spectre ».

Station affiliée : Station de télévision (en général privée) qui, en vertu d'une convention conclue avec un réseau, peut retransmettre les émissions et les publicités de ce réseau dans des créneaux horaires précis.

SRD : Distribution par satellite de radiodiffusion directe.

SRDP : Télévision à la carte par satellite de radiodiffusion directe.

Substitution simultanée : Quand un réseau américain et un réseau canadien diffusent simultanément, par câble ou par satellite, le même épisode d'une émission, remplacement de l'indicatif et des messages publicitaires américains par des équivalents canadiens.

TDS : Télévision directe par satellite.

Térabits : Un billion de bits par seconde (environ trois siècles d'un gros journal). Une grande bibliothèque contiendrait jusqu'à deux térabits.

TPA : Télévision par abonnement. Transmetteur en direct portant un signal brouillé.

Train de données : Groupe de données codées sous forme audio, vidéo ou de texte, demandé par l'utilisateur d'un ordinateur et fourni sur Internet. De là, la transmission en continu des séquences audio et vidéo.

Transmission en continu : Technique utilisée pour accélérer la transmission des séquences audio et vidéo par Internet. Cette capacité a permis l'apparition de notions comme « radio sur Internet ». Il ne s'agit pas, à strictement parler d'une station de radio classique. Il y a cependant des stations de radio qui ne transmettent plus leurs émissions par les ondes, mais qui en offrent sur Internet. Radio-Locator (www.radio-locator.com) est sans doute le moteur de recherche de stations radio sur Internet le plus complet, avec des liens vers plus de 10 000 pages Internet de stations radio et plus de 2 500 trains de données audio provenant de stations radio partout dans le monde.

Transpondeur : Appareil à bord d'un satellite qui reçoit des signaux montants, les transforme à la fréquence descendante et les amplifie avant de les retransmettre vers la terre. Le terme est une contraction de transmetteur et de répondeur.

TVC : Télévision à la carte.

TVHD : Télévision haute définition. Système à haute résolution, produisant des images de meilleure qualité que le système de télévision conventionnel (qui compte 525 lignes par image).

Vidéo sur demande (VSD) : Service qui permet aux consommateurs de commander la programmation voulue, notamment un long métrage ou une autre émission, d'une banque de données centrale.

Vitesse : Le plus souvent indiquée en milles, millions, milliards ou billions de bits par seconde.

ANNEXES

Annexe 6

Progrès dans le domaine des technologies de radiodiffusion

1880	Paul Nipkow fabrique le premier système de balayage télévisuel mécanique.
1895	Marconi transmet un message en code morse par radio.
1897	Karl Ferdinand Braun invente le premier tube à rayons cathodiques.
1900	Le Canadien Reginald Fessenden effectue la première transmission radio de la voix.
1906	Lee Deforest met au point un tube à vide capable d'amplifier un signal.
1919	La compagnie Marconi du Canada obtient la première licence de radiodiffusion au Canada, pour une station de radio à Montréal (WXA, qui est par la suite devenue CFCF).
1924	John Logie Baird transmet une image en mouvement à l'aide d'un système semblable à celui qui avait été mis au point par Paul Nipkow.
1926	Démonstration d'un système de télévision entièrement électronique aux Canada.
1928	Baird obtient une image de télévision couleurs en se servant du procédé mis au point par Nipkow. RCA lance une station de télévision à New York.
1931	La première station de télévision canadienne (CKAC) entre en ondes à Montréal. Ted Rogers père obtient une licence lui permettant de diffuser à titre expérimental des signaux de télévision depuis sa station de radio de Toronto. RCA fait ses premières transmissions électroniques expérimentales depuis l'Empire State Building.
1932	Création de la Commission canadienne de radio-diffusion (CCR).
1933	Démonstration de système de télévision mécanique dans les magasins Eaton des grandes villes canadiennes.
1936	La Société Radio-Canada (SRC) vient remplacer la CCR.

1938	Le premier appareil de télévision entièrement électronique est fabriqué.
1939	Présentation de la télévision électronique à l'exposition nationale canadienne à Toronto. Premier match de base-ball télédiffusé.
1950	Débuts de la câblodistribution aux États-Unis.
1951	Le premier enregistrement vidéo est présenté au public.
1952	Débuts des systèmes de câblodistribution au Canada. Le 6 septembre, la SRC diffuse des émissions à partir de Montréal et le 8 septembre, elle en diffuse à partir de Toronto.
1953	Un réseau hertzien raccorde les stations de la SRC de Montréal, d'Ottawa et de Toronto. Débuts de la télévision privée à Toronto et à Sudbury.
1957	L'URSS lance le satellite Spoutnik. Herbert Kroemer publie les premiers documents sur les hétérostructures. (Les hétérostructures sont utiles dans le domaine des télécommunications par fibres optiques et les lecteurs de disques compacts et de DVD.) Ceux-ci et ses travaux connexes lui vaudront le prix Nobel de physique en 2000. Première expérience moderne de transmission de la lumière à travers des fibres.
1958	Le réseau hertzien de la SRC s'étend désormais de Victoria à Halifax, ce qui en fait le plus long du monde.
1959	Début de l'émission *Bonanza*, mettant en vedette le Canadien Lorne Greene. À la fin des années 1950, la plupart des Canadiens vivant dans les grandes villes peuvent capter de deux à cinq signaux de télévision.
1961	Début des activités du réseau CTV (Canadian Television Network).
1962	Les États-Unis lancent le satellite de télévision TELSTAR.
1966	Première diffusion de signaux de télévision en couleur par des stations canadiennes.
1969	La NASA capte les premiers signaux de télévision transmis à partir de la lune. À la fin des années 1960, les Canadiens vivant dans les grandes villes peuvent recevoir jusqu'à douze signaux de télévision distribués par le câble.
1972	Lancement du premier satellite de télécommunication géosynchrone canadien, Anik 1.

1975	Le premier ordinateur personnel, Altair, fait son apparition sur le marché.
1980	Développement de la télévision à haute définition (TVHD). À la fin des années 1980, les Canadiens vivant dans les grandes villes reçoivent environ 35 signaux de télévision distribués par le câble.
1982	Le Canada termine l'essai en conditions réelles de la distribution à domicile d'émissions de télévision par satellite de radiodiffusion directe (SRD).
1989	Le Japon diffuse les premières émissions de TVHD de 1 125 lignes de balayage.
1994	Aux États-Unis, DirecTV et USSB commencent à distribuer directement par satellite des signaux numériques comprimés, captés au moyen d'une antenne parabolique orientable de 45 cm (18 po). Le marché à cet égard connaît l'expansion la plus rapide de l'histoire : 1,1 million de consommateurs s'abonnent au service la première année.
1995	Sony, Philips et Toshiba s'entendent sur une norme à respecter pour la prochaine génération d'appareils de lecture vidéo, à savoir le disque vidéonumérique (DVD) de la taille d'un disque compact. La qualité d'image du DVD est supérieure à celle de la télédiffusion.
1997	Lancement de deux entreprises canadiennes de radiodiffusion directe par satellite (SRD) : Bell ExpressVu et StarChoice.
1999	Des chercheurs de Bell Laboratories démontrent qu'il est possible d'envoyer 160 milliards de gigabits par seconde sur 300 kilomètres de fibres optiques en se servant d'une seule longueur d'onde, ou de couleur, lumineuse. Ils démontrent ensuite qu'il est possible d'envoyer 1 022 couleurs de lumière en se servant d'une seule fibre optique. À la fin des années 1990, presque tous les Canadiens peuvent recevoir plus de 200 signaux de télévision par câble ou par satellite.
2001	Le CRTC approuve l'exploitation de stations de télévision et de radio numérique.
2002	Citytv devient le premier radiodiffuseur TVHD du Canada.

Source :

Cette énumération est tirée d'une brochure du Musée royal de l'Ontario — intitulée ROM *Watching TV: Historic Televisions and Memorabilia from the MZTV Museum*, *Royal Ontario Museum*, 1995.

ANNEXES

Annexe 7

Bref historique d'Internet

1958	L'administration Eisenhower crée l'*Advanced Research Projects Agency* (ARPA) par suite du lancement de *Spoutnik* par l'URSS.
1961	Leonard Kleinrock rédige le premier article sur la théorie de la « commutation par paquets ». Ce mode de transmission de données deviendra finalement le mode de transmission de toutes les données par Internet.
1965	L'ARPA finance une étude sur un réseau coopératif d'ordinateurs à temps partagé.
1968	ARPANET est lancé. Le réseau est formé de quatre connexions (nœuds) : Université de la Californie à Los Angeles, Stanford, Université de la Californie à Santa Barbara) et Université de l'Utah.
1971	ARPANET est formé de 15 nœuds et de 23 ordinateurs centraux. Ray Tomlinson met au point une application de courrier électronique pour ARPANET.
1972	Tomlinson modifie l'application de courrier électronique et adopte le symbole arrobas (@).
1973	Premières connexions internationales à ARPANET (Londres et la Norvège).
1974	Lancement d'une version commerciale d'ARPANET.
1975	Liaisons outre-mer par satellite (au Royaume-Uni dans Atlantique et à Hawaï dans le Pacifique).
1980	Tim Berners-Lee crée un programme grâce auquel il est possible d'établir des connexions internes entre les fichiers d'un réseau.
1984	Le Canada entreprend le raccordement des universités canadiennes. Présentation du système de nom de domaine (DNS).
1985	Toutes les universités canadiennes sont raccordées à NetNorth.
1986	La *National Science Foundation* (NSF) crée NSFNET, qui a une vitesse de connexion de 56 kbps.

1987	On estime le nombre d'hôtes à plus de 10 000.
1988	Le Canada, le Danemark, la Finlande, la France, l'Islande, la Norvège et la Suède sont raccordés au NSFNET.
1989	On estime le nombre d'hôtes à plus de 100 000.
1990	Tim Berners-Lee crée le World Wide Web (Web). Berners-Lee a mis au point l'application afin de partager des documents avec des collègues. En dix ans, le Web devient l'application la plus importante d'Internet.
1992	On estime le nombre d'hôtes à plus de 1 000 000.
1993	Début d'Internet sonore.
1995	Le gouvernement du Canada devient accessible dans Internet (http://canada.gc.ca). Netscape est lancé.
1998	Le Canada inaugure le premier Internet optique national — CA*net3.
2000	On estime que le World Wide Web (Web) renferme plus d'un milliard de pages.
2001	D'abord non comprimée, la transmission de télévision à haute définition (TVHD) en temps réel sur un réseau de protocole Internet (IP) voit le jour.
2002	On estime le nombre d'hôtes à plus de 160 000 000.

ANNEXES

Annexe 8

Bref historique de la politique relative au contenu canadien

1929 — La Commission royale de la radiodiffusion, présidée par sir John Aird, présente son rapport. Elle recommande une certaine étatisation de la radiodiffusion canadienne et déclare « qu'on s'est unanimement trouvé d'accord sur une question fondamentale — les auditeurs canadiens de radio veulent de la radiodiffusion canadienne ».

1932 — Adoption de la *Loi canadienne de la radiodiffusion*, qui crée la Commission canadienne de radio-diffusion (CCR). Celle-ci a pour mandat de réglementer et de contrôler l'ensemble de la radiodiffusion au Canada.

1933 — La CCR établit un règlement qui impose une limite de 40 % d'émissions étrangères.

1958 — Adoption de la *Loi sur la radiodiffusion*, qui crée le Bureau des gouverneurs de la radiodiffusion (BGR), lequel est chargé de faire en sorte que le système de radiodiffusion soit essentiellement canadien de par sa teneur et sa nature.

1959 — Le BGR annonce un règlement à l'intention des stations de télévision, qui établit des seuils minimaux de contenu canadien. À partir du 1er avril 1961, au moins 45 % du temps de diffusion des stations de télévision au cours d'une période de quatre semaines doit porter sur des émissions essentiellement canadiennes de par leur teneur et leur nature. Ce pourcentage passe à 55 % le 1er avril 1962. La production « canadienne » est définie de façon large et comprend toute émission produite par un titulaire de licence, les productions réalisées au Canada ainsi que la diffusion d'événements se déroulant à l'étranger auxquels des Canadiens participent (par exemple les matchs de hockey de la LNH) ou qui intéressent particulièrement les Canadiens (p. ex., les Séries mondiales). Les émissions produites dans des pays du Commonwealth et des pays de langue française sont partiellement accréditées.

1961 — Un comité formé de représentants du BGR, de la Société Radio-Canada (SRC), de l'Association canadienne des radiodiffuseurs (ACR) et du ministère des Transports, mis sur pied pour étudier la télévision par câble et ses incidences sur la radiodiffusion, dépose son rapport. Il déclare que l'objectif de la *Loi sur la*

radiodiffusion consistant à mettre en place un service essentiellement canadien de par sa teneur et sa nature n'est pas atteint et que le Parlement devrait intervenir.

1962 Le BGR modifie le règlement sur la télédiffusion de manière à augmenter le crédit pour contenu canadien accordé aux émissions réalisées dans un pays du Commonwealth, à accorder un crédit partiel pour contenu canadien aux émissions de télévision postsynchronisées au Canada, et à limiter les heures de diffusion d'émissions canadiennes accréditées au tiers des heures de diffusion de chaque station. Le contenu canadien minimal est porté à 55 % des heures de radiodiffusion.

Le BGR modifie le règlement sur la télédiffusion de manière à exiger qu'au moins 40 % des émissions à contenu canadien soient diffusées entre 18 heures et minuit.

Le BGR modifie le règlement sur la télédiffusion de manière à autoriser une réduction de la diffusion d'émissions à contenu canadien pendant l'été (du 27 mai au 13 octobre), les heures de diffusion à cet égard étant ramenées de 55 à 45 %.

1963 Le BGR modifie son règlement sur la télédiffusion de manière à permettre une réduction des heures de contenu canadien diffusées pendant l'été (du 26 mai au 12 octobre), qui sont ramenées de 55 à 45 %, et il supprime l'exigence selon laquelle 40 % des émissions à contenu canadien doivent être diffusées entre 18 heures et minuit pendant cette période.

Le gouvernement du Canada signe son premier accord de coproduction avec un gouvernement étranger — la France. Les coproductions sont reconnus comme du contenu canadien aux fins de la radiodiffusion et, par la suite, aux fins des programmes d'aide financière.

1964 Le BGR modifie le règlement sur la télédiffusion de manière à permettre une réduction des heures de contenu canadien diffusées pendant l'été (du 21 juin au 30 septembre), qui sont ramenées de 55 à 45 %. Il remplace également l'obligation de présenter un rapport après chaque période de quatre semaines par l'obligation de présenter un rapport trimestriel.

Le BGR adopte un nouveau règlement sur la radio FM, semblable à celui sur la radio AM.

1968 Adoption d'une nouvelle *Loi sur la radiodiffusion*, qui établit une politique en matière de radiodiffusion pour le Canada et crée le Conseil de la radio-télévision canadienne (CRTC) qui remplace le BGR. Le CRTC est chargé de responsabilités spéciales, notamment veiller à ce que la programmation soit de qualité élevée et à teneur canadienne considérable.

1969 Les stations de télévision canadiennes sont tenues de diffuser 55 % d'émissions à contenu canadien au cours d'une journée de radiodiffusion et 40 % entre 18 heures et minuit; en soirée, les émissions canadiennes sont principalement des émissions de nouvelles et d'affaires publiques, représentant les deux tiers des émissions canadiennes diffusées en soirée; entre 19 h 30 et 22 h 30, le niveau de contenu canadien est probablement de 20 % plutôt que de 40 %.

1970 Le CRTC adopte un nouveau règlement régissant le contenu canadien diffusé à la télévision; d'octobre 1971 à septembre 1972, 50 % des émissions diffusées par les stations de télévision au cours de la journée de radiodiffusion (de 6 heures à minuit et de 18 h 30 à 11 h 30) doivent être canadiennes; à compter d'octobre 1972, ce taux passe à 60 %. Le CRTC déclare qu'il peut juger comme étant canadienne toute émission ou série visée par un accord réciproque de diffusion d'émissions, dont certaines sont canadiennes; les émissions doublées au Canada reçoivent un crédit de contenu canadien de 25 %.

Le CRTC adopte un nouveau règlement sur la radio AM. À compter de 1971, les stations radiophoniques sont tenues de respecter un quota de musique canadienne.

1972 Le CRTC adoucit les exigences en matière de contenu canadien diffusé à la télévision — il définit ce qui constitue une émission canadienne et actualise les critères se rattachant aux talents canadiens et aux installations canadiennes.

1979 Le CRTC (désormais le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes) applique une nouvelle politique sur la radio FM, d'abord annoncée en 1975, qui réduit les niveaux de contenu canadien.

Le Comité consultatif des télécommunications et de la souveraineté canadienne, présidé par J. V. Clyne, publie un rapport intitulé *Les télécommunications et le Canada*, dans lequel il recommande que le CRTC adopte « pour la mesure du contenu canadien, un système de points portant sur les aspects qualitatifs et quantitatifs et sur les heures de pointe. Sans renoncer pour autant au concept actuel d'un minimum de quantité, ce système mettrait l'accent sur la qualité ».

1982 Le CRTC attribue les premières licences d'exploitation de services de télévision payante (décision 82-240). Les exigences en matière de contenu canadien sont établies dans les conditions de chaque licence.

Le CRTC modifie le règlement sur la télédiffusion de manière à assouplir légèrement les dispositions touchant les périodes utilisées pour calculer le contenu canadien.

1983 Le CRTC publie son *Énoncé de politique sur le contenu canadien à la télévision* (avis public 1983-18). Il y annonce son intention de présenter une définition d'émission canadienne qui reposerait sur un système de points et « serait axée sur les deux composantes visibles de n'importe quelle émission : l'interprétation et la réalisation ».

1984 Le CRTC publie l'avis public 1984-94, intitulé *Accréditation des émissions canadiennes*, dans lequel il présente un système de 10 points qui s'harmonise, sans être identique, au système utilisé par le Bureau d'émission des visas de films et bandes vidéo canadiens du ministère des Communications en ce qui a trait à la production de longs métrages.

Le CRTC modifie son règlement sur la télédiffusion : il définit ce qui constitue une émission canadienne et remplace les rapports annuels devant être présentés aux fins de l'évaluation du contenu canadien par des rapports semestriels (avis publics 1984-110 et 1984-247).

1986 Le Groupe de travail sur la politique de la radiodiffusion, présidé par Gerald Caplan et Florian Sauvageau, présente son rapport. Il recommande l'adoption d'une nouvelle *Loi sur la radiodiffusion* correspondant à l'évolution des conditions, et il propose une série de mesures fiscales et d'aide financière pour renforcer le contenu canadien à la télévision.

Le CRTC adopte un nouveau règlement sur la câblodistribution qui remplace celui qui était en vigueur depuis 1976. Tout en reconnaissant la nécessité d'un environnement souple, le règlement porte que les services sonores et télévisuels canadiens doivent être prédominants.

Le CRTC adopte un nouveau règlement sur la radio. Il présente les exigences minimales que doivent respecter les radiodiffuseurs en ce qui a trait au contenu canadien et musical.

Le CRTC diminue les exigences en matière de contenu canadien pour les services de télévision payante du Canada.

1987 Le CRTC décide de ne pas réduire les exigences en matière de contenu canadien imposées aux radiodiffuseurs de musique country.

Le CRTC révise le règlement sur la télédiffusion et il réaffirme les exigences en matière de contenu canadien imposées en 1970, à savoir 60 % pendant l'ensemble de la journée et 50 % pendant les heures de grande écoute. Il indique en outre qu'il aura davantage recours aux conditions de licence pour mettre au point les contributions en matière de contenu canadien (avis public 1987-8).

1988 Le Comité permanent des communications et de la culture de la Chambre des communes présente son rapport sur la politique de radiodiffusion, dans lequel il recommande qu'une nouvelle *Loi sur la radiodiffusion* encourage le développement de l'expression canadienne.

Le CRTC élargit la définition de contenu canadien de manière à inclure les productions d'animation.

1990 Le CRTC publie *Une politique FM pour les années 90*, dans laquelle il augmente les niveaux de contenu canadien minimaux de la plupart des stations FM de musique populaire, les faisant passer de 20 à 30 %, accroît la latitude des stations pour répondre aux besoins de leurs auditoires et modifie la limite quotidienne de publicité, la faisant passer de 150 minutes à 15 % de la semaine de radiodiffusion (avis public 1990-111).

1991 La *Loi sur la radiodiffusion* est modifiée. Elle signale que le système de radiodiffusion devrait : « favoriser l'épanouissement de l'expression canadienne en proposant une très large programmation qui traduit des attitudes, des opinions, des idées, des valeurs et une créativité artistique canadiennes, qui mettent en valeur des divertissements faisant appel à des artistes canadiens et qui fournissent de l'information et de l'analyse concernant le Canada et l'étranger considéré d'un point de vue canadien ».

Le CRTC modifie le règlement de 1986 sur la radio : les niveaux de contenu canadien s'appliquent tant à la radio AM qu'à la radio FM (avis public 1991-89).

1992 Le CRTC publie l'avis public 1992-38, intitulé *Politiques relatives à la radio communautaire et à la radio de campus*, afin de s'assurer que ces stations aient la souplesse nécessaire pour satisfaire les besoins de leurs auditoires tout en offrant une programmation différente.

1993 Le CRTC publie l'avis public 1993-173, intitulé *Modifications au Règlement de 1986 sur la radio concernant les pièces musicales canadiennes, la musique vocale de langue française et les exigences relatives au registre d'émissions*; il reconnaît comme étant canadiennes les pièces musicales comportant la collaboration d'un Canadien, en tant que compositeur et parolier, avec un non-Canadien; il présente de nouveau la règle selon laquelle une pièce musicale ayant déjà été reconnue comme canadienne restera toujours admissible à ce titre.

1998 Le CRTC publie des révisions à sa politique concernant la radio commerciale dans l'avis public 1998-41 intitulé *Politique de 1998 concernant la radio commerciale*. Il propose de porter à 35 % le niveau requis de contenu canadien pour les pièces musicales

populaires diffusées chaque semaine, dans l'espoir d'atteindre un niveau de 40 % de contenu canadien dans cinq ans.

1999

Le CRTC publie l'avis public 1999-97, intitulé *La politique télévisuelle au Canada – Misons sur nos succès*, dans lequel il propose un nouveau cadre de réglementation visant à appuyer un système de télévision financièrement sain et fort. Il déclare que tous se sont entendus pour dire que la réglementation devrait continuer à garantir que les titulaires diffusent des pourcentages appropriés d'émissions canadiennes prioritaires aux heures de grande écoute.

Le CRTC publie sa *Politique relative à la diffusion à caractère ethnique* (avis public 1999-117), qui révise la politique de 1985. Les stations de télévision à caractère ethnique devront continuer de diffuser les mêmes pourcentages minimaux de contenu canadien que les stations de télévision privées à caractère non ethnique.

2000

Le CRTC publie sa *Politique relative au cadre de réglementation des nouveaux services de télévision spécialisée et payante numérique* (avis public 2000-6), qui vise à accroître la diversité et le choix pour les téléspectateurs.

Le CRTC publie sa *Politique relative à la radio de campus* (avis public 2000-12) et sa *Politique relative à la radio communautaire* (avis public 2000-13), qui proposent de faire passer de 30 % à 35 % le minimum de pièces musicales canadiennes de catégorie 2 que les stations doivent diffuser au cours de la semaine de radiodiffusion.

Le CRTC révise la définition d'émission canadienne (avis public 2000-42).

2002

Le 2 avril, la ministre du Patrimoine canadien, Sheila Copps, annonce un examen de la définition de contenu canadien pour les productions cinématographiques et télévisuelles. François Macerola assure la coordination de l'examen et présentera un rapport à cet égard au plus tard le 31 mars 2003.

ANNEXES

Annexe 9
Programmes de financement de la télévision canadienne

Nom du fonds	Mandat	Aide financière	Renseignements supplémentaires	Type de production	Type de financement
Dans l'ensemble du pays					
Programmes fédéraux					
Fonds du long métrage du Canada	Favoriser le développement d'un bassin de scénaristes canadiens chevronnés. Administré par Telefilm Canada.	Le Programme d'aide à l'écriture de scénarios verse une aide maximale de 25 200 $ sous forme d'avances ne portant pas intérêt.	Pour les scénaristes professionnels, les auteurs-réalisateurs et les dramaturges professionnels qui sont citoyens canadiens ou résidents permanents et jouent un rôle actif au sein de l'industrie canadienne du film, de la télévision ou des arts d'interprétation.	Traitement de longs métrages et versions provisoires de scénarios de films de plus de 75 minutes.	Avances ne portant pas intérêt.
	Favoriser la production de longs métrages canadiens de grande qualité qui obtiendront de bonnes recettes-guichet. Administré par Telefilm Canada.	Le Programme d'aide au développement, à la production et à la mise en marché offre aux films indépendants à petit budget d'au moins 75 minutes une aide financière pour l'élaboration, la production et la mise en marché : 60 % des coûts admissibles, jusqu'à concurrence de 150 000 $ par projet.	Pour les entreprises financièrement stables, sous contrôle canadien, qui ont leur siège social au Canada.	Nombre significatif d'éléments de création canadiens, notamment des histoires, des thèmes, des talents et des techniciens canadiens, qui reflètent la société canadienne et la diversité culturelle du Canada et obtiennent au moins huit points sur 10 pour le contenu canadien selon l'échelle du BCPAC.	Programmes d'aide au développement, à la production et à la mise en marché.
		Aide financière à la production de longs métrages pouvant atteindre 49 % des coûts admissibles prévus pour une production canadienne.	Producteurs indépendants.		Aide aux longs métrages indépendants à petit budget.
Crédit d'impôt pour production cinématographique ou magnétoscopique canadienne (CIPCMC)	Encourager les émissions canadiennes et appuyer une industrie du film dynamique au Canada. Le BCPAC atteste qu'il s'agit ou non de contenu canadien et fournit une estimation des dépenses admissibles; l'Agence des douanes et du revenu du Canada traite les demandes de crédit d'impôt.	25 % des dépenses admissibles au titre des salaires et traitements ne dépassant pas 48 % du coût total de production (le crédit ne peut donc dépasser 12 % du coût total de production).	Sociétés admissibles ayant un établissement stable au Canada qui exploitent des entreprises de production cinématographique ou magnétoscopiques canadienne et détiennent le droit d'auteur de la production faisant l'objet d'une demande de crédit d'impôt.	Productions cinématographiques ou magnétoscopiques canadiennes.	Crédit d'impôt pour les dépenses de main-d'œuvre.
Crédit d'impôt pour services de production cinématographique ou magnétoscopique	Rendre le Canada plus attrayant pour la production de films et stimuler la création d'emplois dans l'industrie cinématographique canadienne. Administré par le BCPAC et l'Agence des douanes et du revenu du Canada.	25 % des dépenses de main-d'œuvre admissibles, jusqu'à concurrence de 48 % du coût de la production.	Sociétés canadiennes ou étrangères.	Productions cinématographiques ou magnétoscopiques canadiennes accréditées par le BCPAC comme étant canadiennes.	Crédit d'impôt pour les dépenses de main-d'œuvre.

ANNEXES

Annexe 9
Programmes de financement de la télévision canadienne

Nom du fonds	Mandat	Aide financière	Renseignements supplémentaires	Type de production	Type de financement

Dans l'ensemble du pays

Programmes fédéraux

Nom du fonds	Mandat	Aide financière	Renseignements supplémentaires	Type de production	Type de financement
Dans l'ensemble du pays					
Programmes fédéraux					
Programme de droits de diffusion (PDD) — Fonds canadien de télévision (FCT)	Appuyer la production et la diffusion de productions cinématographiques et télévisuelles d'une grande importance culturelle. Administré par le Fonds canadien de télévision.	Dans le cadre du Programme de droits de diffusion, les demandeurs reçoivent des fonds complémentaires aux droits de diffusions que doivent leur payer les radiodiffuseurs canadiens; ces fonds peuvent atteindre 13 % du budget total de production et un maximum de 2 à 3,25 millions de dollars (selon qu'il s'agit d'une production régionale, de Montréal ou de Toronto, d'un nombre inférieur ou supérieur à 22 épisodes, ou encore d'un film, d'un téléfilm ou d'une seule émission).	Les projets doivent être titulaires d'une licence octroyée par un télédiffuseur canadien accordant à ce dernier le droit de télédiffuser la production au Canada, et constituant un droit de diffusion véritable, conforme aux normes de l'industrie, non récupérable et établi à la juste valeur marchand; les droits de diffusion ne peuvent accorder au télédiffuseur canadien des droits en matière de propriété, de profit, de remboursement ou de récupération pour la production ou des droits de diffusion de celle-ci à l'étranger.	Les petites et moyennes entreprises sont admissibles à une prime (3 % du budget de production) ; les productions de langue française ont aussi droit à une prime (5 % du budget de production).	Fonds complémentaires aux droits de diffusion.
Fonds de développement des industries culturelles	Appuyer la production culturelle canadienne par des entreprises rentables, sous contrôle canadien et appartenant à des intérêts canadiens. Administré par la Banque de développement du Canada.	Prêts à terme pouvant atteindre 250 000 $ par année, pour un maximum de 1 million de dollars. Autres services financiers.		Secteurs de l'édition de livres et de magazines, de l'enregistrement sonore et de la production cinématographique, magnétoscopique et multimédia.	Prêts à terme remboursables. Autres services financiers.
Programme d'information sur le développement (PID)	Appuyer les demandeurs canadiens s'adressant à des publics canadiens au moyen de la presse écrite, de médias électroniques ou d'autres médias afin de les sensibiliser aux enjeux du développement et de la coopération internationale. Administré par l'ACDI.	Contributions allant de 5 000 $ à 25 000 $; propositions de recherche et de développement prises parfois en considération pour des contributions de 5 000 $ à 15 000 $; le programme peut verser jusqu'à 50 % des coûts d'un projet et jusqu'à 10 % des coûts se rattachant à la radiodiffusion.	Les projets doivent sensibiliser les Canadiens aux enjeux du développement international et de la coopération internationale, mettre l'accent sur le rôle et la contribution des Canadiens dans les pays en développement et les pays en transition et être axés sur au moins un des volets prioritaires de l'ACDI en matière de développement.	En ce qui concerne les propositions de diffusion radiophonique et de télédiffusion, une garantie ferme de diffusion est exigée, de même qu'une preuve de leur solidité financière.	Contributions financières.
Programme des nouveaux cinéastes	Donner aux cinéastes de la relève de la région de l'Atlantique la chance de produire un film.	Avance recouvrable pouvant atteindre 49 % du budget total d'un projet, jusqu'à concurrence de 15 000 $.	Le programme s'adresse aux citoyens canadiens ou aux résidents permanents qui vivent et travaillent dans les provinces de l'Atlantique et qui n'ont pas produit plus d'une œuvre précédente de la même longueur.	Dramatiques ou fictions d'au moins 30 minutes et ne dépassant pas 75 minutes.	Avances recouvrables.
Téléfilm Canada	Augmenter, sur l'ensemble du système de télédiffusion, la présence d'émissions canadiennes de grande qualité, produites dans les deux langues officielles par les secteurs de production de la majorité et de la minorité linguistiques, et favoriser la création d'emplois.	Le Programme de participation au capital prend la forme d'investissements directs pouvant atteindre 49 % des coûts totaux d'une production admissible; il peut également fournir des avances ne portant pas intérêt pouvant atteindre 50 % des frais admissibles, jusqu'à concurrence de 100 000 $ par projet ou de 250 000 $ par maison de production.	Le programme s'adresse aux producteurs indépendants ou affiliés à un radiodiffuseur dont le siège social se trouve au Canada et dont les activités se déroulent au Canada; une participation financière d'au moins 20 % pour les dramatiques et d'au moins 15 % pour les autres genres est exigée d'au moins un radiodiffuseur; la production doit être sous contrôle canadien et le projet doit être tourné et situé au Canada.	Productions cinématographiques et télévisuelles importantes sur le plan culturel : dramatiques, émissions pour enfants, documentaires, arts d'interprétation, émissions de variétés et longs métrages de cinéma ayant obtenu 10 points sur 10 à l'échelle du BCPAC et dont les droits sous-jacents sont détenus par des Canadiens.	Participation au capital.

Nom du fonds	Mandat	Aide financière	Renseignements supplémentaires	Type de production	Type de financement
Dans l'ensemble du pays					
Programmes non gouvernementaux					
Le fonds de la radiodiffusion et des nouveaux médias de Bell	Appuyer des projets comportant une composante nouveaux médias ainsi qu'une composante télévision.		Les activités se rattachant à la composante nouveaux médias doivent se dérouler surtout au Québec ou en Ontario.	Financement de la production et financement de projets liés aux nouveaux média; la composante télévision doit appartenir aux catégories suivantes: dramatiques, émissions de variétés, émissions pour enfants ou émissions éducatives.	Subventions. Droits de diffusion complémentaires.
Bravo!FACT	Assurer la présentation à la télévision d'artistes et d'œuvres de cinéastes en finançant la production de courts métrages.	Subventions par voie de concours pouvant atteindre 50 % des coûts d'un projet, pour un maximum de 25 000 $.	Durée maximale de six minutes; nouveaux projets seulement (pas d'œuvres en cours); le projet doit se qualifier comme contenu canadien et convenir à la programmation de Bravo!; le bénéficiaire conserve le droit d'auteur.	Productions liées à la danse, à la musique, à la création orale, à l'opéra, à l'animation ou aux arts visuels.	Subventions.
Fonds canadien du film et de la vidéo indépendants (FCFVI)	Encourager la conception de nouvelles dramatiques canadiennes par des auteurs canadiens qui seront produites par des producteurs indépendants canadiens, principalement pour les radiodiffuseurs privés.	Montant maximal de 50 000 $ pour une production; montant maximal de 10 000 $ pour la conception.	Aide financière offerte pour la conception et la production de films, de vidéos et de programmes multimédias à caractère informatif, éducatif et de formation. Le financement est offert aux productions de langue anglaise ou française.	Conception et production d'émissions d'information, d'émissions éducatives ou spécialisées et de projets multimédias.	Subventions. Droits de diffusion complémentaires.
CanWest Western Independent Producers Fund	Favoriser l'industrie de la production cinématographique et télévisuelle de l'Ouest canadien, grâce à une aide de 23,9 millions de dollars répartie sur cinq ans et offerte aux maisons de production admissibles du Manitoba, de la Saskatchewan, de l'Alberta et de la Colombie-Britannique.	Contributions non recouvrables au budget de production.	Aide réservée aux producteurs ayant un établissement stable en Colombie-Britannique, en Alberta, en Saskatchewan ou au Manitoba, et détenant une lettre d'engagement des investisseurs couvrant au moins 65 % du budget total du projet.	Dramatiques, émissions pour enfants, émissions de variétés et documentaires.	Subventions non recouvrables.
CFRN TV Production Fund	Conception, droits de licence, capital pour les producteurs de l'Ouest canadien (en Alberta, en Colombie-Britannique, en Saskatchewan ou au Manitoba).	1 million de dollars par année (se terminant le 31 août).	Aide réservée aux producteurs de la Colombie-Britannique, de l'Alberta, de la Saskatchewan ou du Manitoba.		Subventions, prêts, droits de licence, participation au capital.

Nom du fonds	Mandat	Aide financière	Renseignements supplémentaires	Type de production	Type de financement
Dans l'ensemble du pays					
Programmes fédéraux					

Nom du fonds	Mandat	Aide financiere	Renseignements supplementaires	Type de production	Type de financement
Dans l'ensemble du pays					
Programmes non gouvernementaux					

Nom du fonds	Mandat	Aide financière	Renseignements supplémentaires	Type de production	Type de financement
Dans l'ensemble du pays					
Programmes non gouvernementaux					
Fonds COGECO de développement d'émissions	Encourager l'écriture de nouvelles séries dramatiques par des scénaristes canadiens, en anglais ou en français, préférablement dans les deux langues officielles; les séries doivent être produites par des producteurs indépendants canadiens et destinées principalement aux télédiffuseurs privés.	Prêts de développement pouvant aller jusqu'à 200 000 $ par année se rattachant à la bible et au traitement de la série, de même qu'aux première et deuxième versions d'épisodes.	L'aide est offerte aux producteurs seulement, pour des projets en français et en anglais. Administré par le Fonds indépendant de production.	Séries dramatiques pour la télévision, téléfilm ou minisérie en deux parties, en français ou en anglais, pour fins de diffusion aux heures de grande écoute.	Prêts de développement.
		Investissements dans la production d'environ 5 projets par année, de l'ordre de 200 000 $ à 250 000 $ par projet.		Téléfilms, minisérie et émissions pilotes de séries dramatiques.	Investissements remboursables dans la production.
		Avances sans intérêt pouvant atteindre 35 000 $ par entreprise. 50 % (ou 17 000 $) de cette aide est remboursable au début du premier film, et l'autre moitié (17 000 $) est remboursable au début d'un deuxième film.		Avances à des producteurs indépendants canadiens qui exploitent une maison de production au Canada, qui est détenue par des intérêts canadiens et sous contrôle canadien; le producteur doit avoir diffusé au moins trois films en salle ou à la télévision au cours des cinq dernières années, et avoir au moins 3 nouveaux longs métrages en développement au cours des 12 mois suivant la présentation de sa demande.	Avances ne portant pas intérêt.
CTV Television Inc.	Bloc d'avantages proposé au CRTC concernant des émissions prioritaires.	Avances pouvant aller jusqu'à 70 % du budget de production, sous forme de droits de licence, de droits de licence complémentaires, de participation au capital et d'avances de distribution, négociées sur une base ponctuelle.	Producteurs indépendants canadiens.	Émissions dramatiques, documentaires et de variétés; séries multimédias.	Capitaux propres. Droits de licence complémentaires. Avances de distribution.
Global Development Fund		Prêts de développement.		Émissions dramatiques, documentaires, pour enfants et de variétés.	Prêts de développement.
Le Fonds Harold Greenberg (TMN, Viewers Choice Canada, Canal Indigo et Star Choice)	Production de téléséries admissibles.	Investissement recouvrable pouvant atteindre 200 000 $.			
	Participation au capital pour des longs métrages et des téléséries.	Participation au capital pouvant atteindre 200 000 $, à condition que d'importantes sources de financement soient déjà en place ou fassent l'objet d'un examen officiel; droits de diffusion de *Family Channel*.	Longs métrages d'une durée de plus de 75 minutes qui ont obtenu 8 points sur 10 pour le contenu canadien et dont le droit d'auteur est détenu par une société canadienne, un citoyen canadien ou un résident permanent.	Productions destinées aux enfants, aux jeunes ou à la famille, et réalisées en anglais.	Participation au capital.

Nom du fonds	Mandat	Aide financière	Renseignements supplémentaires	Type de production	Type de financement
Dans l'ensemble du pays					
Programmes non gouvernementaux					
	Programme de film pour la famille Aider les producteurs indépendants à créer des longs métrages et des téléséries de qualité pour les jeunes canadiens et leur famille. Engagement de 5 millions de dollars sur 7 ans.	Aide financière maximale de 65 000 $ pour la rédaction de scénarios.		Films pouvant être diffusés dans les salles de cinéma.	Financement de la rédaction de scénarios.
	Programme de participation au capital Investir dans la production de films dramatiques canadiens de qualité.	Aide financière pouvant atteindre 200 000 $, à condition que d'importantes sources de financement soient déjà en place ou fassent l'objet d'un examen officiel; les droits de diffusion ont été obtenus; productions offertes à VCC et TMN en exclusivité pour la télédiffusion à la carte avant toute autre diffusion sauf la diffusion en salle ou sur vidéocassette.	Producteurs canadiens et maisons de production canadiennes qui ont déjà créé des longs métrages et qui en possèdent les droits d'auteur.	Films dramatiques canadiens produits en anglais, d'une durée de plus de 75 minutes, destinés aux salles de cinéma ou à la télévision payante, et ayant obtenu 8 points sur 10 à l'échelle du BCPAC.	Participation au capital.
Fonds indépendant de production	Appuyer la production de téléséries dramatiques canadiennes, y compris les séries dramatiques pour enfants; l'aide est destiné aux radiodiffuseurs privés. Créé par Maclean Hunter Limited, le fonds consiste en une dotation en capital de plus de 30 millions de dollars.	Aucun montant minimal ni maximal établi; les investissements représentent en moyenne entre 5 % et 10 % des budgets de production, selon l'importance de chaque budget. Le montant maximal accordé pour une série de 13 épisodes d'une heure destinée à un public adulte est généralement de 450 000 $; les séries aux épisodes d'une demi-heure destinées aux enfants peuvent recevoir entre 150 000 $ et 250 000 $.	Maisons de production indépendantes qualifiées ayant obtenu des droits de première diffusion d'un diffuseur privé.	Séries dramatiques devant être diffusées aux heures de grande écoute, et projets spéciaux de séries dramatiques pour enfants.	Participation au capital. Subventions.
Fonds de financement Rogers pour le réseau par câble	Appuyer la production d'émissions de première diffusion au réseau par câble au Canada.	Participation au capital pouvant atteindre 15 % du moindre du budget total de production ou du coût final de projets admissibles, pour un maximum de 250 000 $ par projet, à condition que la maison de production possède tous les droits et options nécessaires à la production, à la distribution et à l'exploitation au Canada et à l'étranger.	Émissions de télévision canadiennes d'au moins 30 minutes; engagement d'un service spécialisé canadien relatif à un droit exclusif de première diffusion, dont le prix est fixé à une juste valeur marchande; les émissions doivent avoir obtenu 8 points sur 10 pour ce qui est du contenu canadien.	Dramatiques; documentaires; émissions pour enfants; émissions éducatives; émissions didactiques; arts d'interprétation; émissions de variétés.	Participation au capital.
Fonds de financement Rogers pour le cinéma documentaire	Offrir une aide financière à la production de documentaires canadiens dans les deux langues officielles.		Les producteurs doivent avoir obtenu l'engagement d'un radiodiffuseur national de diffuser l'émission aux heures de grande écoute dans un délai de deux ans.	Documentaires canadiens ayant des thèmes canadiens.	Subventions.
Rogers Telefund	Offrir une aide financière (sous forme de prêts-relais) à la production d'émissions de télévision canadiennes de qualité.	Financement provisoire de projets comportant un contrat accordant un intérêt en matière de droit d'auteur à *Rogers Telefund*.	Producteurs indépendants canadiens.	Projets de qualité remarquable ayant des thèmes typiquement canadiens.	Prêts-relais remboursables.

Nom du fonds	Mandat	Aide financière	Renseignements supplémentaires	Type de production	Type de financement
Dans l'ensemble du pays					
Programmes non gouvernementaux					
Fonds de télédiffusion Shaw	Appuyer la production d'émissions de télévision de qualité	Participation au capital pouvant atteindre 15 % du budget de production, à condition que celle-ci ait obtenu 8 points sur 10 pour ce qui est du contenu canadien et que le titulaire du droit d'auteur mondial soit canadien	Producteurs indépendants canadiens ayant obtenu l'engagement d'un radiodiffuseur privé ou d'un service spécialisé; incitatif régional (maximum de 50 000 $) pour les producteurs des provinces de l'Atlantique	Émissions de qualité pour enfants de moins de 12 ans ; soutien de projets spéciaux d'organisations sans but lucratif; l'aide ne vise pas les émissions de sport, de nouvelles, de reportages ou d'actualités	Participation au capital Prêts pour le doublage ou le sous-titrage
Dans les provinces					
Î.-P.-É.					
Technology PEI	Stimuler l'investissement et l'emploi dans l'industrie du film, de la télévision et des nouveaux médias, et mettre en valeur l'Île-du-Prince-Édouard	Prêts de développement pouvant atteindre 25 000 $ ou 33 ⅓ % du budget de développement Participation au capital recouvrable pouvant atteindre 200 000 $ Remboursement de 30 % des dépenses de main-d'œuvre de l'Î.-P.-É., ou de 15 % du total admissible		Maisons de production de l'Î.-P.-É. sous contrôle d'intérêts de cette province; la participation au capital nécessite des engagements fermes de la part de distributeurs et de radiodiffuseurs	Prêts Participatinn au capital Remboursement des dépenses de main-d'œuvre
Nouvelle-Écosse					
Nova Scotia Film Development Corporation	Aider à financer les productions admissibles	Aide financière pouvant atteindre 33 ⅓ % du budget de production ou un maximum de 200 000 $		Dramatiques, documentaires ou spectacles pouvant être diffusés	Participation au capital
Nova Scotia Film Industry Tax Credit	Stimuler l'investissement et l'emploi dans l'industrie du film et de la vidéo de N.-É. et promouvoir la province dans les marchés mondiaux	Crédit d'impôt remboursable sur le revenu des sociétés de 30 à 35 % des dépenses de main-d'œuvre de N.-É. admissibles ou 15 à 17,5 % du coût total de production, à condition qu'au moins 25 % du budget représente des paiements à des résidents de la N.-É.	Sociétés ayant un établissement stable en N.-É.		Crédit d'impôt
Nova Scotia Tourism and Culture Grants to Individuals	Favoriser l'excellence artistique et l'expression créatrice	Aide maximale de 3 000 $ pour le perfectionnement professionnel; aide maximale de 12 000 $ pour la création d'une nouvelle œuvre; aide maximale de 5 000 $ pour contribuer aux frais directs liés à la présentation au public de l'œuvre d'un artiste	Artistes professionnels de la Nouvelle-Écosse, de toutes les disciplines et de tous les secteurs culturels		Perfectionnement professionnel Subventions de création Subventions de présentation
Nouveau-Brunswick					
Film Nouveau-Brunswick	Établir une industrie du film stable, rentable et dynamique au N.-B.; assurer la production continue de films de qualité au N.-B.; accroître les possibilités d'emploi dans l'industrie du film pour les résidents du N.-B.; augmenter la visibilité internationale du N.-B.	Prêts de développement ne portant pas intérêt pouvant atteindre 40 % du budget approuvé (maximum de 35 000 $ pour les longs métrages, les miniséries et les téléfilms, maximum de 20 000 $ pour les autres projets) Participation au capital pouvant atteindre 25 % du budget total de production (maximum de 300 000 $ pour les séries dramatiques, les miniséries et les téléfilms; 100 000 $ pour les documentaires; 75 000 $ pour les courts métrages) pour des projets ayant des frais à recouvrer, des possibilités de profits et d'autres formes de financement en place	Pour les producteurs du N.-B. qui réalisent leurs propres projets ou des coproductions		Prêts de développement Crédit d'impôt pour production cinématographique Participation au capital

Nom du fonds	Mandat	Aide financière	Renseignements supplémentaires	Type de production	Type de financement
Dans les provinces					
Nouveau-Brunswick					
Crédit d'impôt pour l'incitation à la main-d'œuvre de l'industrie du film du Nouveau-Brunswick	Encourager la formation et le recrutement de personnel du N.-B. pour la réalisation de films.	Crédit d'impôt maximal de 40 % des salaires admissibles versés à des résidents du N.-B., si ces dépenses représentent moins de 50 % du coût total de production et qu'au moins 25 % des salaires ont été versés à des résidents du N.-B. la valeur du crédit peut être incluse dans le calcul de la participation de l'entreprise à la production.			Crédit d'impôt pour l'incitation à la main-d'œuvre.
Terre-Neuve et Labrador					
Newfoundland & Labrador Film Development Corporation (NLFDC)	Appuyer les productions de Terre-Neuve et du Labrador.	Participation au capital ne portant pas intérêt accordant à la NLFDC un pourcentage permanent sur les recettes.	Maisons de production cinématographique et magnétoscopique de T.-N., à l'exception de particuliers et de radiodiffuseurs autorisés.	Longs métrages, séries et minisséries pour la télévision et émissions spéciales. Ne comprend pas les émissions de nouvelles et d'affaires courantes, les interviews-variétés (talk-shows), les émissions de sport et la pornographie.	Participation au capital.
Exemption de la taxe de vente au détail		Exemption de la taxe de vente au détail de 12 % sur la location et l'achat d'équipement.	Entreprises de T.-N. qui s'occupent de la production de longs métrages et de téléfilms et qui ont le numéro de société adéquat aux fins de l'impôt.	Location et achat d'équipement visant la production de longs métrages et de téléfilms, pellicules, bandes audio et vidéo, produits non durables, matériel utilisé pour la construction du plateau et pour les costumes et les accessoires, y compris les véhicules détruits dans le cadre du tournage.	Exemption de la taxe de vente au détail.
Crédit d'impôt pour l'industrie cinématographique et vidéographique de Terre-Neuve et du Labrador	Favoriser la croissance économique de la province.	Crédit d'impôt remboursable pour les entreprises provinciales qui représente 40 % des services admissibles pour une année d'imposition pour chaque entreprise admissible, à condition qu'au moins 25 % des salaires et traitements relatifs à un projet soient versés à des résidents de la province.	Entreprises ayant un établissement stable à Terre-Neuve, qui sont contrôlées directement et indirectement par des résidents ou des entreprises de la province, et ont un actif total de moins de 25 millions de dollars, y compris l'actif d'entreprises associées, et qui s'occupent principalement de production cinématographique, télévisuelle ou magnétoscopique.	Émissions dramatiques, de variétés, d'animation pour enfants et de musique, séries d'information ou documentaires sous forme de film, d'émission de télévision ou de vidéo.	Crédit d'impôt remboursable.

Nom du fonds	Mandat	Aide financière	Renseignements supplémentaires	Type de production	Type de financement
Dans l'ensemble du pays					
Programmes non gouvernementaux					
Dans les provinces					
I.-P.-E.					
Nouvelle-Écosse					
Nouveau-Brunswick					

Nom du fonds	Mandat	Aide financière	Renseignements supplémentaires	Type de production	Type de financement

Dans les provinces

Nouveau-Brunswick

Terre-Neuve et Labrador

Nom du fonds	Mandat	Aide financière	Renseignements supplémentaires	Type de production	Type de financement
Dans les provinces					
Québec					
La Financière des entreprises culturelles du Québec (FIDEC)	Offrir des outils de financement aux entreprises culturelles, y compris le secteur de la production cinématographique et télévisuelle. Société de commandite financée par les secteurs public et privé et possédant un capital de 45,5 millions de dollars.	Garantie bancaire évaluée en fonction du potentiel de ventes du produit sur les marchés internationaux, pouvant atteindre 40 % de la structure financière et un maximum de 5 millions de dollars par projet; garantie maximale de 36 mois, maximum de 30 % du capital engagé de la FIDEC pour une même société.	Entreprises québécoises et entreprises étrangères ayant des alliances stratégiques avec une entreprise québécoise, ou possédant un établissement stable au Québec, et dont les projets génèrent des retombées économiques significatives au Québec.	Toutes les productions cinématographiques et télévisuelles.	Crédit d'anticipation (garantie bancaire).
		Acquisition de droits d'un maximum de 2 millions de dollars par projet et d'un maximum de 10 % du capital engagé par la FIDEC pour une même société.	Réservé exclusivement aux entreprises sous contrôle québécois.	Secteurs des productions audiovisuelles, de l'enregistrement sonore, du divertissement et du multimédia, ou toute autre possibilité d'affaires dans le secteur culturel.	Acquisition de droits.
Fonds d'investissement de la culture et des communications (FICC)	Fonds de capital de risque visant le développement ou l'expansion d'entreprises culturelles ou de communication. Commandité par le Fonds de solidarité des travailleurs du Québec et la Société de développement des entreprises culturelles du Québec (SODEC).	Obligations ou débentures convertibles ou non convertibles garanties ou non d'un montant maximal de 2 millions de dollars. Investissement équivalant à un maximum de 50 % du capital-actions de l'entreprise.	Réservé exclusivement aux entreprises sous contrôle québécois.	Secteurs des arts d'interprétation, de l'édition, de l'enregistrement sonore, des arts et de l'artisanat, de l'audiovisuel et du multimédia.	Participation au capital, investissements assimilables à des prises de participation ou placements par emprunt.
Société de placements dans l'entreprise québécoise (Investissement-Québec)	Avantages fiscaux pour les investisseurs dans l'industrie du cinéma et de la télévision.	Avantages fiscaux de 150 % de l'investissement pour les entreprises dont le capital s'élève à moins de 25 millions de dollars, et de 125 % pour les entreprises dont le capital se situe entre 25 et 50 millions de dollars.	Investisseurs intéressés à acheter des actions de petites ou de moyennes entreprises ayant au moins une production cinématographique ou télévisuelle canadienne.		Avantages fiscaux.
Crédit d'impôt remboursable du Québec (SODEC)		33 % des dépenses de main-d'œuvre ne dépassant pas 16,67 % du budget de production, jusqu'à 22,5 % des budgets de production de longs métrages et de documentaires de langue française jusqu'à 27,78 % des productions régionales (non montréalaises); aide maximale de 2,5 millions de dollars par projet.	Le producteur doit être un résident ou une entreprise du Québec; les dépenses doivent être payées à des personnes ou des entreprises établies au Québec; les coproductions sont admissibles si au moins 75 % des dépenses de la partie québécoise de la production sont engagés au Québec.	Longs métrages, téléfilms, documentaires, émissions pour enfants, émissions d'action réelle, émissions d'animation, certaines émissions de variétés et certains magazines télévisés.	Crédit d'impôt remboursable pour les dépenses de main-d'œuvre.
		Crédit d'impôt pour services de production atteindre 11 % des dépenses de main-d'œuvre; bonification de 20 % pour l'animation et les effets spéciaux.	Pour services rendus au Québec et payés à des contribuables du Québec.		Crédit d'impôt remboursable pour services de production.

Nom du fonds	Mandat	Aide financière	Renseignements supplémentaires	Type de production	Type de financement
Dans les provinces					
Québec					
		Un crédit supplémentaire est ajouté au crédit pour services de production et de contenu du Québec pour les dépenses engagées au titre de l'imagerie informatisée dans la province; le crédit maximal équivaut à 20,25 % du budget et à 31 % des dépenses de main-d'œuvre se rattachant aux activités admissibles.	Les dépenses doivent être engagées au Québec.		Crédit d'impôt pour les dépenses liées à l'imagerie informatisée
Crédit d'impôt pour la production cinématographique ou télévisuelle québécoise		Crédit d'impôt pouvant atteindre 33,3 % des dépenses de main-d'œuvre se rattachant à des productions cinématographiques ou télévisuelles certifiées; ces dépenses ne pouvant excéder 50 % des frais de production admissibles (= 16,67 % des frais de production admissibles); pour un maximum de 2,5 millions de dollars par production.			Crédit d'impôt pour production
Société de développement des entreprises culturelles Québec (SODEC)	Permettre à la télévision québécoise d'être présentée dans le monde entier et accroître la popularité du film québécois. La SODEC dispose de 15 millions de dollars par année.	De 25 % à 100 % des dépenses liées à la rédaction et à la recherche relatives à la conception et à l'écriture de scénarios, pour un maximum de 10 000 $ à 25 000 $. (Si la SODEC n'investit pas à l'étape de la production, les dépenses de conception sont remboursables à ses conditions.) Longs métrages pour les salles de cinéma, secteur privé : jusqu'à 35 % du budget (maximum de 1,4 million de dollars). Longs métrages pour les salles de cinéma, secteur indépendant : jusqu'à 50 % du budget (maximum de 250 000 $). Téléfilms : jusqu'à 33,3 % du budget (maximum de 250 000 $). Films dramatiques de 75 minutes et moins : jusqu'à 50 % du budget (maximum de 120 000 $ par projet). Séries/minisséries documentaires : 20 000 $ l'heure et un maximum de 120 000 par projet. Minisséries dramatiques d'au plus 6 épisodes : 10 000 $ à 25 000 $ l'heure et un maximum de 60 000 $ à 150 000 $ par projet.	Pour les résidents ou les entreprises du Québec dont le siège social et le lieu d'affaires principal sont au Québec (à l'exception des radiodiffuseurs); au moins 80 % des fonds d'aide à la conception et à la production sont affectés à des projets produits en français.	Longs métrages, courts et moyens métrages dramatiques, documentaires, téléfilms et minisséries.	Subventions. Prêts. Participation au capital. Aide à la mise en marché et à la distribution.
Le Fonds Harold Greenberg	Commandité par Canal Indigo.	5 % des recettes brutes annuelles de Canal Indigo.	Jusqu'à 50 000 $ pour les événements spéciaux et jusqu'à 100 000 $ pour les films.	Investissement dans la production de films et d'événements spéciaux de langue française pour la télévision à la carte.	Participation au capital.
MaxFACT		250 000 $ par année.	Durée de 6 minutes. Nouveaux projets seulement (pas d'œuvres en cours); doit se qualifier pour le contenu canadien; doit convenir à la programmation de MusiMAX.	Présenter à la télévision des musiciens et des cinéastes québécois en finançant la production de vidéoclips.	Subventions par voie de concours pouvant atteindre 50 % du coût d'un projet et un maximum de 15 000 $.

Nom du fonds	Mandat	Aide financière	Renseignements supplémentaires	Type de production	Type de financement
Dans les provinces					
Ontario					
CTV Television Inc./CJOH-TV Development Fund		Prêts remboursables le premier jour de tournage des prises de vue principales.	Le demandeur doit être installé dans la zone de diffusion de CJOH-TV (Ottawa).		Prêts pour le développement de concepts et de scénarios. Subventions de perfectionnement professionnel.
Conseil des arts de l'Ontario	Encourager la création et la production des arts médiatiques en Ontario.	Aide pour les films et les vidéos d'artistes, jusqu'à concurrence de 40 000 $, à condition que le budget total ne dépasse pas 300 000 $.	Pour les organisations et les artistes des médias d'expérience et de la relève en Ontario.	Projets de film ou de vidéo dramatique, documentaire ou d'animation, d'installations ou d'œuvres expérimentales.	Subventions versées à des artistes.
		Aide pour les artistes du domaine du film ou de la vidéo qui en sont à leur premier projet.	Artistes de l'Ontario qui produisent leur premier projet de film ou de vidéo.		Subventions versées à des artistes.
Crédits d'impôt de la Société de développement de l'industrie des médias de l'Ontario (SODIMO)	Créer des partenariats stratégiques entre les industries convergentes des médias culturels.	Crédit d'impôt de 20 % des dépenses de main-d'œuvre admissibles en Ontario dans les secteurs du film et de la télévision, à condition qu'un accord de distribution soit en place et qu'un maximum de 75 % des coûts de production admissibles aient été engagés en Ontario.	Sociétés canadiennes ayant un établissement stable en Ontario.	Productions cinématographiques et télévisuelles ayant obtenu de 6 à 8 points sur 10 pour le contenu canadien.	Crédit d'impôt remboursable pour les dépenses de main-d'œuvre.
		Crédit d'impôt pour animation informatique et effets spéciaux de 20 % des dépenses de main-d'œuvre de l'Ontario admissibles, engagées pour de l'animation numérique et des effets visuels numériques créés en Ontario pour des productions cinématographiques et télévisuelles.	Sociétés canadiennes et étrangères installées en Ontario.	Productions cinématographiques et télévisuelles comportant de l'animation numérique ou des effets spéciaux.	Crédit d'impôt pour animation informatique et effets spéciaux.
		Crédit d'impôt remboursable de 11 % des dépenses de main-d'œuvre admissibles engagées en Ontario pour des productions cinématographiques et télévisuelles admissibles.	Sociétés canadiennes et étrangères installées en Ontario et ayant un établissement stable de services de production en Ontario.	Productions cinématographiques et télévisuelles.	Crédit d'impôt pour services de production.
		Crédit d'impôt remboursable de 20 % des dépenses de main-d'œuvre admissibles engagées en Ontario pour des produits de médias numériques interactifs créés en Ontario.	Sociétés canadiennes et étrangères installées en Ontario.	Produits de médias numériques interactifs.	Crédit d'impôt pour médias numériques interactifs.
Partenariats de la formation Société de développement de l'industrie des médias de l'Ontario	Appuyer les possibilités permanentes de formation offertes aux nouveaux producteurs.	Aide financière accordée aux organisations de l'industrie pour des initiatives de perfectionnement professionnel et de réseautage à l'intention des nouveaux producteurs.	Organisations sans but lucratif de l'Ontario et organisations nationales offrant des avantages considérables aux cinéastes ontariens.		
Manitoba					
Manitoba Film and Sound Recording Development Corporation	Favoriser l'essor de l'industrie du film et de l'enregistrement sonore du Manitoba en lui offrant une aide financière ou autre.	Aide maximale de 50 % du budget de développement, jusqu'à concurrence de 25 000 $.		Longs métrages, téléfilms, documentaires, séries télévisées, arts d'interprétation et émissions pour enfants.	Aide au développement de téléfilms ou de longs métrages.

Nom du fonds	Mandat	Aide financière	Renseignements supplémentaires	Type de production	Type de financement
Dans les provinces					
Manitoba					
		Financement de production pouvant atteindre 20 % du budget de production admissible ou 30 % des fonds de production versés à des résidents ou à des entreprises du Manitoba.		Longs métrages ou émissions de télévision prêts pour la production.	Financement de la production de téléfilms ou de longs métrages.
		Aide à la production de longs métrages à petit budget pouvant atteindre 50 % du budget de production et un maximum de 250 000 $, à condition que le budget total de production ne dépasse pas 500 000 $; les productions de 300 000 $ à 500 000 $ doivent démontrer la viabilité financière du projet.		Projets de long métrage dramatique à petit budget prêts pour la production ayant un excellent scénario et démontrant la capacité de prendre des risques.	Aide financière à la production de longs métrages à petit budget.
		Aide maximale représentant 50 % des dépenses admissibles, jusqu'à concurrence de 1 500 $ de dépenses de matériel promotionnel.			Aide à la mise en marche.
Crédit d'impôt pour la production de films et de vidéos au Manitoba		35 % des salaires admissibles versés à des résidents du Manitoba OU 10 % des dépenses de production engagées au Manitoba.	Films ou vidéos admissibles produits au Manitoba.		Crédit d'impôt remboursable pour les dépenses de main-d'œuvre ou de production.
Saskatchewan					
CTV Saskatchewan Program Development Fund		50 000 $ par année.	Prêt maximal de 8 000 $. Réservé aux producteurs indépendants de la Saskatchewan.	Développement d'émissions de divertissement et de documentaires pour les producteurs de la Saskatchewan.	Prêts de développement remboursable le premier jour de tournage des prises de vue principales.
Saskatchewan Arts Board	Appuyer la création de nouvelles œuvres dans toutes les formes d'art de même que le développement à cet égard.	Jusqu'à 20 000 $ par personne.	Résidents de la Saskatchewan depuis au moins un an.	Nouvelles œuvres dans toutes les formes d'art ou développement et production d'œuvres; études dans un cadre structuré ou informel; recherches dans le domaine des arts; déplacements en vue d'assister ou de participer à une activité admissible.	Subventions.
Saskatchewan Film and Video Development Corporation (SaskFilm)	Encourager l'emploi et le perfectionnement professionnel des talents créateurs de la Saskatchewan et la diffusion des histoires de la Saskatchewan.	Prêts de développement pouvant atteindre 40 % du budget de développement ou un maximum de 10 000 $ (projets individuels) à 20 000 $ (longs métrages et séries).	Maisons de production de la Saskatchewan.	Développement de scénarios de films, d'émissions de télévision et de projets néomédiatiques.	Prêts de développement.
		Programme des scénaristes.	Auteurs de la Saskatchewan.	Aide financière pour la préparation des textes, des synopsis et des documents de présentation servant à intéresser un producteur ou une maison de production au projet.	Aide à la scénarisation.

Nom du fonds	Mandat	Aide financiere	Renseignements supplementaires	Type de production	Type de financement
Dans les provinces					
Ontario					
Manitoba					

Nom du fonds	Mandat	Aide financière	Renseignements supplementaires	Type de production	Type de financement
Dans les provinces					
Manitoba					
		Financement de production pouvant atteindre 20 % du budget de production admissible ou 30 % des coûts de production versés à des résidents ou à des entreprises du Manitoba		Longs métrages ou émissions de télévision prêts pour la production	Financement de la production de télévision ou de longs métrages
		Aide à la production de longs métrages à petit budget pouvant atteindre 50 % du budget de production et un maximum de 250 000 $, à condition que le budget total de production ne dépasse pas 500 000 $. Les productions de 500 000 $ à 1 000 000 $ doivent démontrer la viabilité financière du projet		Projets de long métrage à petit budget [illegible]	Aide financière à la production de longs métrages à petit budget
		Aide maximale représentant 50 % des dépenses admissibles jusqu'à concurrence de 1 500 $ de dépenses de matériel promotionnel			Aide à la mise en marché
Crédit d'impôt pour la production de film et de vidéo au Manitoba		35 % des salaires admissibles versés à des résidents du Manitoba Ou 45 % des dépenses de production engagées au Manitoba	Films ou vidéos admissibles produits au Manitoba		Crédit d'impôt remboursable pour les dépenses de main-d'œuvre ou de production
Saskatchewan					
STV Saskatchewan Program Development Fund		50 000 $ par année	Prêt maximal de 5 000 $. Réservé aux producteurs indépendants de la Saskatchewan	Développement d'émissions de divertissement et de documentaires pour les producteurs de la Saskatchewan	Prêts de développement remboursables le premier jour de tournage des prises de vue principales
Saskatchewan Arts Board	Appuyer la création de nouvelles œuvres dans toutes les formes d'art de même que le développement à cet égard	Jusqu'à 20 000 $ par personne	Résidents de la Saskatchewan depuis au moins un an	Nouvelles œuvres dans toutes les formes d'art ou développement et production d'œuvres, études ou autre structure [illegible] recherches dans le domaine des arts, déplacements en vue d'assister ou de participer à une activité artistique	Subventions
Saskatchewan Film and Video Development Corporation (SaskFilm)	Encourager l'emploi et le perfectionnement professionnel des talents créateurs de la Saskatchewan et la diffusion des histoires de la Saskatchewan	Prêts de développement pouvant atteindre 40 % du budget de développement ou un maximum de 10 000 $ (projets individuels) à 20 000 $ (longs métrages et séries)	Maisons de production de la Saskatchewan	Développement de scénarios de films, d'émissions de télévision et de projets multimédiatiques	Prêts de développement
		Programme des scénaristes	Auteurs de la Saskatchewan	Aide financière pour la préparation des textes, des synopsis et des documents de présentation servant à intéresser un producteur ou une maison de production au projet	Aide à la scénarisation

Nom du fonds	Mandat	Aide financière	Renseignements supplémentaires	Type de production	Type de financement
Dans les provinces					
Saskatchewan					
		Programme des cinéastes.		Aide financière aux cinéastes pour la production de films ayant de l'importance sur le plan culturel ou artistique.	Aide aux cinéastes.
		Aide financière pour les productions documentaires.	Documentaires de la Saskatchewan.	Participation au capital de productions documentaires qui comportent des avantages considérables pour l'industrie provinciale du film et de la vidéo.	Aide aux productions documentaires.
		Financement par capitaux propres.	Projets comportant des avantages considérables pour l'industrie du film et de la télévision de la province.		Financement par capitaux propres.
Crédit d'impôt pour l'emploi dans l'industrie cinématographique de la Saskatchewan		Crédit d'impôt entièrement remboursable de 35 % des salaires admissibles versés à des résidents de la Saskatchewan pour des productions cinématographiques, magnétoscopiques et multimédias admissibles, à condition que ces salaires ne dépassent pas 50 % du total des dépenses de production admissibles (soit 17,5 % du budget total de production).	Maisons de production dont la propriété, le contrôle et l'exploitation reviennent à des intérêts de la Saskatchewan; les coproductions sont encouragées à condition que des sociétés saskatchewanaises demandent et obtiennent le crédit d'impôt; au moins 25 % des salaires et traitements doivent être versés à des employés résidant en Saskatchewan.	Productions télévisuelles, cinématographiques et multimédias : dramatiques, variétés, animation, émissions pour enfants, séries d'information et documentaires.	Crédit d'impôt remboursable pour les dépenses de main d'œuvre.
Sasktel New Media Fund	En partenariat avec SaskFilm, favoriser le développement de l'industrie des nouveaux médias dans la province.	800 000 $ affectés à SaskFilm.			
Alberta					
A-Channel Production Fund	Encourager les producteurs indépendants de l'Alberta en investissant 14 millions de dollars sur sept ans.	Subventions de développement recouvrables pouvant atteindre 15 000 $.	Producteurs indépendants de l'Alberta dont l'entreprise est enregistrée dans cette province et dont les principales prises de vue des projets se font en Alberta.	Dramatiques, émissions de musique ou de danse et de variétés; documentaires de longue durée.	Subventions de développement recouvrables.
		En échange des droits de diffusion nationaux, % du budget de production équivalant aux droits diffusion.	Tous les auteurs canadiens à condition qu'ils aient un producteur ou un coproducteur de l'Alberta; auteurs professionnels de l'Alberta.	Dramatiques, émissions de musique ou de danse et de variétés; documentaires de longue durée.	Aide financière se rattachant aux droits de diffusion.
Alberta Cultural Industries Association (ACIA)	Favoriser le développement des industries culturelles de la province. Financement de 1,9 million de dollars de Patrimoine canadien et de l'*Alberta Foundation for the Arts*.	Garantie d'un maximum de 250 000 $ sous forme de prêts de développement d'entreprise remboursables.	Maisons de production de l'Alberta appartenant à des intérêts albertains.		Garanties de prêts de développement d'entreprise remboursables.

Nom du fonds	Mandat	Aide financière	Renseignements supplémentaires	Type de production	Type de financement
Dans les provinces					
Alberta					
Alberta Film Development Program		Subventions pouvant atteindre 20 % des coûts de production engagés en Alberta, jusqu'à concurrence de 10 % du coût total de production et de 500 000 $, à condition que les projets pour la télévision soient assortis de droits de diffusion.	Entreprises d'Alberta sous contrôle d'Albertains ou coproductions intéressant ces entreprises.	Toute production à l'exception des émissions de sport, de connaissances pratiques, de jeux télévisés, de nouvelles, d'affaires courantes et de téléréalité, des publireportages et des messages publicitaires.	Subventions.
Alberta Foundation for the Arts	Appuyer la production cinématographique et magnétoscopique en Alberta.	Subventions établies selon un pourcentage du coût total de production, soit 20 % des dépenses engagées en Alberta ne dépassant pas 10 % des dépenses totales, jusqu'à concurrence de 500 000 $.	Entreprises de l'Alberta sous le contrôle d'Albertains ou coproductions qui intéressent ces entreprises, dont l'activité principale est la création de productions cinématographiques ou magnétoscopiques destinées au grand public et qui conservent au moins 75 % des droits d'auteur.		Subventions de formation ou de perfectionnement professionnel; de déplacement et de mise en marché; de recherche.
Fonds de production CFCN	Stimuler la conception et la production d'émissions en Alberta.	Capitaux propres maximums de 300 000 $ par projet.		Émissions de télévision faisant partie des types suivants : dramatiques, comédies, documentaires pour enfants, variétés et arts d'interprétation.	Subventions de perfectionnement professionnel; prêts de développement remboursable le premier jour du tournage des principales prises de vue; participation au capital.
Telus Television Development Fund	Contribuer au développement d'émissions de télévision canadiennes de qualité. Administré par l'*Alberta Cultural Industries Association*.	Prêts remboursables ne portant pas intérêt d'un montant maximal de 10 000 $ visant le développement d'émissions de télévision.	Producteurs de l'Alberta.	Émissions de musique, de variétés et comédies ou documentaires pour enfants.	Prêts remboursables ne portant pas intérêt.
Colombie-Britannique					
British Columbia Arts Council Project Assistance for Media Artists Program		Aide à la production pouvant atteindre 25 000 $ pour les artistes ayant au moins cinq années d'expérience, et 10 000 $ pour les artistes moins expérimentés. Aide à la postproduction pouvant atteindre 50 % du budget de postproduction.	Cinéastes indépendants, artistes de la vidéo ou des nouveaux médias vivant en C.-B. et ayant réalisé au moins une autre production professionnelle; les demandeurs doivent avoir le pouvoir décisionnel final en ce qui a trait au projet.	Projets cinématographiques, magnétoscopiques et néomédiatiques novateurs, expérimentaux et non commerciaux; les œuvres d'animation, documentaires, dramatiques et expérimentales sont également admissibles.	Aide à la production et à la postproduction.
British Columbia Film Markets in Mind Development Program	Contribuer à la croissance du secteur de la production autochtone de Colombie-Britannique.	Avances non recouvrables pour le développement pouvant atteindre 30 000 $ par projet.	Productions indépendantes réalisées en C.-B. par des entreprises appartenant à des intérêts de C.-B. et sous le contrôle de ces intérêts.		Avances non recouvrables.
British Columbia Film Feature Film Production Fund		Participation au capital pouvant atteindre 200 000 $ par projet.	Entreprises appartenant à des intérêts de C.-B. et sous leur contrôle, qui ont obtenu l'engagement d'un distributeur canadien pour la présentation dans les salles de cinéma.	Projets de longs métrages dramatiques ou d'animation.	Participation au capital.

Nom du fonds	Mandat	Aide financière	Renseignements supplementaires	Type de production	Type de financement
Dans les provinces					
Saskatchewan					
		Programme des créateurs		Aide financière aux créateurs pour la production de films ayant de l'importance sur le plan culturel ou artistique	Aide aux créateurs
		Aide financière pour les productions documentaires	Documentaires de la Saskatchewan	Participation au capital de productions documentaires qui comportent des avantages considérables pour l'industrie provinciale du film et de la vidéo	Aide aux productions documentaires
		Financement par capitaux propres	Projets comportant des avantages considérables pour l'industrie du film et de la télévision de la province		Financement par capitaux propres
Crédit d'impôt pour emploi dans l'industrie cinématographique de la Saskatchewan		Crédit d'impôt entièrement remboursable de 35 % des salaires admissibles versés à des résidents de la Saskatchewan pour des productions cinématographiques, magnétoscopiques et multimédias admissibles, à condition que les salaires ne dépassent pas 50 % du total des dépenses de production admissibles (soit 17,5 % du budget total de production)	Maisons de production dont la propriété, le contrôle et l'exploitation reviennent à des résidents de la Saskatchewan; les coproductions sont encouragées à condition que des sociétés saskatchewanaises demandent et reçoivent le crédit d'impôt; au moins 25 % des salaires et traitements doivent être versés à des employés résidant en Saskatchewan	Productions télévisuelles, cinématographiques et multimédias : dramatiques, variétés, animation, émissions pour enfants, séries d'information et documentaires	Crédit d'impôt remboursable pour les dépenses de main-d'œuvre
Sasktel New Media Fund	En partenariat avec SaskFilm, favoriser le développement de l'industrie des nouveaux médias dans la province	500 000 $ offerts à SaskFilm			
Alberta					
A-Channel Production Fund	Encourager les producteurs indépendants de l'Alberta en investissant 14 millions de dollars sur sept ans	Subventions de développement recouvrables pouvant atteindre 15 000 $	Producteurs indépendants de l'Alberta dont l'entreprise est enregistrée dans cette province et dont les principales prises de vue des projets se font en Alberta	Dramatiques, émissions de musique ou de danse et de variétés, documentaires de longue durée	Subventions de développement recouvrables
		En échange des droits de diffusion nationaux, [illegible] % du budget de production équivalant aux droits diffusion	Tous les auteurs canadiens à condition qu'il y ait un producteur ou un coproducteur de l'Alberta; auteurs professionnels de l'Alberta	Dramatiques, émissions de musique ou de danse et de variétés, documentaires de longue durée	Aide financière se rattachant aux droits de diffusion
Alberta Cultural Industries Association (ACIA)	Favoriser le développement des industries culturelles de la province. Financement de 1,9 million de dollars de Patrimoine canadien et de l'Alberta Foundation for the Arts	Garantie d'un maximum de 250 000 $ sous forme de prêts de développement d'entreprise remboursables	Maisons de production de l'Alberta appartenant à des intérêts albertains		Garanties de prêts de développement d'entreprise remboursables

Nom du fonds	Mandat	Aide financière	Renseignements supplémentaires	Type de production	Type de financement
Dans les provinces					
Alberta					
Alberta Film Development Program		Subventions pouvant atteindre 20 % des coûts de production engagés en Alberta, jusqu'à concurrence de 10 % du coût total de production et de 500 000 $ à condition que les projets pour la télévision soient assortis de droits de diffusion.	Entreprises d'Alberta sous contrôle d'Albertains ou coproductions intéressant des entreprises.	Toute production à l'exception des émissions de sport, de connaissances pratiques, de jeux télévisés, de nouvelles d'affaires courantes et de télévision, des publicités et des messages publicitaires.	Subventions
Alberta Foundation for the Arts	Appuyer la production cinématographique et magnétoscopique en Alberta.	Subventions rétablies selon un pourcentage du coût total de production, soit 20 % des dépenses engagées en Alberta ne dépassant pas 10 % des dépenses totales, jusqu'à concurrence de 500 000 $.	Entreprises de l'Alberta sous le contrôle d'Albertains ou coproductions qui intéressent des entreprises, dont l'activité principale est la création de productions cinématographiques ou magnétoscopiques destinées au grand public, et qui conservent au moins 75 % des droits d'auteur.		Subventions en formation ou de perfectionnement professionnel, de déplacement et de mise en marche, de recherche.
Fonds de production CFCN	Stimuler la conception et la production d'émissions en Alberta.	Capitaux propres maximums de 300 000 $ par projet.		Émissions de télévision faisant partie des types suivants : dramatiques, comédies, documentaires pour enfants, variétés et arts d'interprétation.	Subventions de perfectionnement professionnel, prêts de développement remboursables à premier jour du tournage des principales prises de vue, participation au capital.
Telus Television Development Fund	Contribuer au développement d'émissions de télévision canadiennes de qualité. Administré par l'Alberta Cultural Industries Association.	Prêts remboursables ne portant pas intérêt d'un montant maximal de 10 000 $ visant le développement d'émissions de télévision.	Producteurs de l'Alberta.	Émissions de musique de variétés et comédies ou documentaires pour enfants.	Prêts remboursables ne portant pas intérêt.
Colombie-Britannique					
British Columbia Arts Council Project Assistance for Media Artists Program		Aide à la production pouvant atteindre 25 000 $ pour les artistes ayant au moins cinq années d'expérience, et 10 000 $ pour les artistes moins expérimentés. Aide à la postproduction pouvant atteindre 50 % du budget de postproduction.	Cinéastes indépendants, artistes de la vidéo ou des nouveaux médias vivant en C.-B. et ayant réalisé au moins une autre production professionnelle, les demandeurs doivent avoir le pouvoir décisionnel final en ce qui a trait au projet.	Projets cinématographiques, magnétoscopiques et néomédiatiques, novateurs, expérimentaux et non commerciaux, les œuvres d'animation, documentaires, dramatiques et expérimentales sont également admissibles.	Aide à la production et à la postproduction.
British Columbia Film Markets in Mind Development Program	Contribuer à la croissance du secteur de la production autochtone de Colombie-Britannique.	Avances non recouvrables pour le développement pouvant atteindre 30 000 $ par projet.	Productions indépendantes réalisées en C.-B. par des entreprises appartenant à des intérêts de C.-B. et sous le contrôle de ces intérêts.		Avances non recouvrables.
British Columbia Film Feature Film Production Fund		Participation au capital pouvant atteindre 200 000 $ par projet.	Entreprises appartenant à des intérêts de C.-B. et sous leur contrôle, qui ont obtenu l'engagement d'un distributeur canadien pour la présentation dans les salles de cinéma.	Projets de longs métrages dramatiques ou d'animation.	Participation au capital.

Nom du fonds	Mandat	Aide financière	Renseignements supplémentaires	Type de production	Type de financement
Dans les provinces					
Colombie-Britannique					
		Crédit d'impôt de 30 % offert aux résidents de la C.-B. qui investissent dans une société à capital de risque qui, elle, investit dans de petites entreprises de production de films autochtones de C.-B.	Résidents de la C.-B.	Maisons de production cinématographique appartenant à des intérêts de C.-B. et sous leur contrôle.	Crédit d'impôt pour investissement.
Film Incentive BC	Encourager la production cinématographique et télévisuelle en C.-B.	Crédit d'impôt remboursable pour dépenses de main-d'œuvre pouvant atteindre 20 % des dépenses de main-d'œuvre admissibles. Crédit d'impôt pour l'incitation à la main-d'œuvre régionale pouvant atteindre 12,5 % des dépenses admissibles engagées dans des productions à l'extérieur de Vancouver. Crédit d'impôt pour l'incitation à la formation du moindre de 30 % du salaire des stagiaires ou de 3 % des dépenses de main-d'œuvre admissibles. Les dépenses de main-d'œuvre admissibles ne peuvent dépasser 48 % du coût total d'une production.	Les productions doivent obtenir 6 points sur 10 pour ce qui est du contenu canadien. Au moins 75 % des coûts totaux de production et de postproduction doivent être payés à des résidents ou à des entreprises de la C.B. Au moins 75 % du tournage des principales prises de vue a lieu en C.-B.		Crédits d'impôt remboursables pour les dépenses de main-d'œuvre et de formation.
Kick Start	Parrainé par la Directors' Guild of Canada – BC District Council et BC Film; il permet aux cinéastes de la relève de la C.-B. de produire un film faisant fonction de « carte de visite ».	Chaque année, 5 directeurs gagnants reçoivent une aide de 12 000 $ pour la production d'un film ou d'une vidéo dramatique de 10 minutes, et 2 400 $ pour les services de postproduction.	Budget maximal de 35 000 $.		Subvention en espèces.
Crédit d'impôt pour services de production	Encourager la production cinématographique et télévisuelle en C.-B.	Crédit d'impôt remboursable pour entreprises équivalant à 11 % des dépenses de main-d'œuvre en C.-B. admissibles.	Entreprise cinématographique ou maison de production qui engage des dépenses de main-d'œuvre admissibles en C.-B. pour un budget minimal de 100 000 $ pour des émissions d'une demi-heure ou de 200 000 pour des émissions d'une heure pour la télévision, et de 1 million de dollars dans tous les autres cas.		Crédit d'impôt remboursable pour entreprises.
Telus BC New Media and Broadcast Fund	Aide financière de 10 millions de dollars sur cinq ans.	Financement provisoire pouvant atteindre 250 000 $ ou 25 % du budget de production, à condition que le producteur indépendant ait obtenu d'autres accords de financement, des droits de diffusion, des ententes de distribution et d'autres contrats. Prêts et avances recouvrables pour les projets de nouveaux médias pouvant atteindre 200 000 $ ou 45 % du budget du projet.	Productions créatives de C.-B. très prometteuses sur le marché de la radiodiffusion. Créateurs du secteur des nouveaux médias ayant effectué une étude de rentabilisation solide. 75% des employés créateurs clés doivent être des résidents de la C.-B. et 75 % du budget total doit être dépensé en C.-B. Le projet doit obtenir 6 points sur 10 pour ce qui est du contenu canadien et être diffusé au Canada dans les deux ans suivant sa réalisation.	Émissions éducatives ou de divertissement originales.	Financement provisoire. Prêts. Avances recouvrables.

Nom du fonds	Mandat	Aide financière	Renseignements supplémentaires	Type de production	Type de financement
Dans les provinces					
Yukon					
Yukon Film Incentive Program		Remboursement de 35 % des dépenses de main-d'œuvre spécialisée du Yukon. Remboursement de 35 % des frais de formation engagés par l'agent de formation et par le stagiaire. Remboursement des frais de déplacement pouvant atteindre 15 000 $.	Le remboursement des frais de main-d'œuvre du Yukon s'applique si celle-ci représente au moins 25 % de l'ensemble des jours-personnes utilisés pour la partie du projet produite au Yukon, jusqu'à concurrence de 50 % de l'ensemble des dépenses engagées au Yukon. Le remboursement des frais de déplacement peut atteindre 50 % des frais de déplacement de Vancouver à Whitehorse, jusqu'à concurrence de 2 000 $ par jour de production au Yukon ou 15 000 $, à condition que la main-d'œuvre du Yukon représente au moins 15 % de l'ensemble des jours-personnes utilisés pour la partie du projet produite au Yukon.	Longs métrages, téléfilms ou émissions dramatiques; les remboursements ne s'appliquent pas aux documentaires.	Remboursements.

Nom du fonds	Mandat	Aide financière	Renseignements supplémentaires	Type de production	Type de financement
Dans les provinces					
Colombie-Britannique					
		[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]		[illegible]
[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]		[illegible]
[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]		[illegible]
[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]

Nom du fonds	Mandat	Aide financière	Renseignements supplémentaires	Type de production	Type de financement

Dans les provinces

Yukon

Nom du fonds	Mandat	Aide financière	Renseignements supplémentaires	Type de production	Type de financement
Yukon Film Incentive Program		Remboursement de [illegible] % des dépenses de main-d'œuvre admissibles du Yukon. Remboursement de [illegible] % des frais de formation engagés par l'agent de formation et par le stagiaire. Remboursement des frais de déplacement pouvant atteindre [illegible] $.	Le remboursement des frais de main-d'œuvre du Yukon s'applique si celle-ci représente au moins [illegible] % de l'ensemble des jours-personnes utilisés pour la partie du projet produite au Yukon, jusqu'à concurrence de [illegible] % de l'ensemble des dépenses engagées au Yukon. Le remboursement des frais de déplacement peut atteindre [illegible] % des frais de déplacement [illegible] à Whitehorse, jusqu'à concurrence de [illegible] $ par projet produit au Yukon ou [illegible] $ [illegible] que la main-d'œuvre du Yukon représente au moins [illegible] % de l'ensemble des jours-personnes utilisés pour la partie du projet produite au Yukon.	Longs métrages, téléfilms ou émissions dramatiques; les remboursements ne s'appliquent pas aux documentaires.	Remboursements

ANNEXES

Annexe 10
Études antérieures sur la SRC

1936	La SRC est créée en vertu de la *Loi canadienne de la radiodiffusion*.
1938	Un comité permanent examine les politiques de la SRC et publie un rapport favorable.
1939	Un comité permanent procède à un examen de la SRC et publie un rapport favorable.
1942	Un comité permanent procède à un examen de la SRC et publie un rapport favorable à un système de radiodiffusion nationale unique, mais critique à l'égard de la gestion et du conseil d'administration de la SRC.
1947	Un comité spécial du Parlement dépose son rapport.
1950	Le Comité de la radiodiffusion dépose son rapport.
1951	Commission Massey : *Commission royale d'enquête sur l'avancement des arts, des lettres et des sciences au Canada.*
	Comité spécial de la radiodiffusion.
1955	Commission Fowler : *Commission royale d'enquête sur la radio et la télévision.*
1959	Un comité spécial de la Chambre des communes effectue un examen de la radiodiffusion et de la SRC.
	Le Bureau des gouverneurs de la radiodiffusion crée un comité consultatif sur la radiodiffusion publique (président de la SRC, 2 vice-présidents de la SRC, 5 membres du Bureau).
1958	*Loi sur la radiodiffusion*, 1958.
1960	Commission Glassco : *Commission royale d'enquête sur l'organisation du gouvernement.*
1961	Un comité spécial de la Chambre des communes effectue un examen de la radiodiffusion et de la SRC.

1963 Création d'un comité consultatif tripartite chargé de conseiller le Cabinet au sujet de questions générales en matière de radiodiffusion (chefs du Bureau des gouverneurs, de la SRC et de l'ACR).

1965 Fowler : *Comité consultatif sur la radiodiffusion.*

1966 *Livre blanc sur la radiodiffusion.*

Le Comité permanent sur les communications, le cinéma et l'aide aux arts se penche sur la controverse entourant l'émission *This Hour Has Seven Days*.

1967 Le Comité permanent sur les communications, le cinéma et l'aide aux arts se réunit pour examiner le *Livre blanc sur la radiodiffusion* du gouvernement.

1968 *Loi sur la radiodiffusion*, 1968.

Le Comité permanent sur les communications, le cinéma et l'aide aux arts se réunit pour examiner les émissions d'information diffusées par le service de langue française de la SRC.

Le CRTC tient des audiences afin d'examiner l'application des normes relatives à la programmation d'information de la SRC en ce qui concerne la diffusion de l'émission *Air of Death*.

1970 Comité Davey : *Comité spécial du Sénat sur les moyens de communications.*

1974 Le CRTC tient des audiences publiques dans le but d'examiner le renouvellement des licences de radiodiffusion et de télédiffusion de la SRC (décision CRTC 74-70).

1977 Un comité d'enquête du CRTC se penche sur la façon dont la SRC remplit son mandat de radiodiffuseur national du Canada.

1978 Le CRTC tient une audience publique relative au renouvellement des licences de radio de la SRC.

1979 Comité Clyne : *Rapport du Comité consultatif des télécommunications et de la souveraineté canadienne.*

1982 Comité Applebaum-Hébert : Comité d'étude de la politique culturelle fédérale.

1983 Gouvernement fédéral : nouvelle *Politique nationale de la radiotélédiffusion.*

DOCUMENT : *Bâtir l'avenir : vers une Société Radio-Canada distincte.*

1984 — Le Comité fédéral-provincial sur l'avenir de la télévision francophone publie son rapport.

Rapport Nielsen : le Groupe de travail chargé de l'examen des programmes publie ses recommandations sur la culture et les communications.

1986 — Caplan-Sauvageau : *Groupe de travail sur la politique de la radiodiffusion.*

1987 — Le CRTC tient une audience publique sur le renouvellement des licences d'exploitation des réseaux de télévision de la SRC (décision CRTC 87140).

Le Comité permanent des communications et de la culture de la Chambre des communes publie son Cinquième rapport (27 avril) et son Sixième rapport (4 mai 1987).

Le CRTC tient une audience publique sur le renouvellement des licences d'exploitation des réseaux radiophoniques de la SRC (décision CRTC 88-181).

1988 — Le CRTC tient des audiences publiques sur le renouvellement des licences de stations de télévision appartenant à la SRC et exploitées par elle.

1991 — *Loi sur la radiodiffusion*, 1991.

Groupe de travail Girard-Peters : *Rapport sur la situation économique de la télévision.*

Juin — Le CRTC approuve la décision de la SRC de fermer onze stations de télévision sources à la suite de compressions budgétaires.

1992 — Le CRTC tient une audience publique sur le renouvellement des licences des réseaux radiophoniques de la SRC (décision CRTC 93-95).

1994 — Mars 1994 — Le CRTC tient une audience sur le renouvellement de licences de réseaux de télévision.

1995 — Le Comité permanent du patrimoine canadien publie son rapport intitulé *L'avenir de la Société Radio-Canada dans l'univers multi-chaîne.*

1996 — Comité Juneau : *Comité d'examen des mandats de la SRC, de l'ONF et de Téléfilm Canada.*

1999 — Comité permanent du patrimoine canadien : « Le Comité reconnaît la place qu'occupe Radio-Canada au cœur de l'expression culturelle au Canada. »

Le CRTC tient une audience publique et des consultations régionales sur le renouvellement des licences des réseaux et des stations de la SRC.

2003 Le Comité permanent du patrimoine canadien publie un rapport sur l'état du système canadien de radiodiffusion.

Sources :

SRC. Rapport annuel, 1985-1986. « Chronologie : 1936-1986 ». SRC. Rapport annuel, 2000-2001. CBC. Fact Book, 1989. David Ellis, 1979. Frank Foster, Broadcasting Policy and Development.

ANNEXES

Annexe 11
Autres services canadiens de radiodiffusion

Services à caractère ethnique

Télévision

Tout en reconnaissant l'apport des canaux communautaires de télévision par câble en matière de programmation à caractère ethnique, le CRTC accorde également des licences à des stations de télévision à caractère ethnique constituant des entités autonomes[1]. La politique relative à la radiodiffusion à caractère ethnique du CRTC (1999) établit le cadre dans lequel doivent s'inscrire ces services[2]. Selon cette politique,

> [...] une émission à caractère ethnique est une émission, dans une langue donnée, s'adressant directement à un groupe à caractéristiques culturelles ou raciales distinctes, autre que du Canada autochtone, ou encore de la France ou des îles Britanniques.

La politique stipule également que

> [...] les émissions à caractère ethnique peuvent être en anglais, en français, dans une langue tierce ou une combinaison de langues. Elles comprennent des émissions interculturelles, encore une fois orientées précisément vers des groupes à caractéristiques culturelles ou raciales distinctes autres que du Canada autochtone, ou encore de la France ou des îles Britanniques.

Comme nous le mentionnions au chapitre 4, il y a, à l'heure actuelle, quatre stations de télévision multilingues à caractère ethnique émettent en direct, soit les stations (OMNI 1 et OMNI 2) à Toronto, CJNT à Montréal et MVBC à Vancouver. On compte également cinq services analogiques canadiens spécialisés à caractère ethnique (offert à titre facultatif) : Fairchild TV, Talentvision, SATV, Odyssey et Telelatino. Depuis l'an 2000, le Conseil a autorisé plus de 50 autres services spécialisés et payants de catégorie 2 (c.-à-d. numérique) à caractère ethnique et dans différentes langues[3]. Parmi ces services, dix (8 services spécialisés et deux services payants ont été lancés.[4]

Radio

La politique relative à la radiodiffusion à caractère ethnique du CRTC (1999) traite la radio à peu près de la même façon que la télévision. Dans le cas de la radio, le Conseil indique que « la langue parlée de l'émission détermine le groupe ethnique desservi »[4]. À l'heure actuelle, au pays, il y a 13 stations de radio à caractère ethnique qui détiennent une licence et 19 autres stations de radio à caractère ethnique sont véhiculées par 12 stations MF comme le système d'exploitation multiplex de communications secondaires (EMCS)[5]. Ces stations diffusent leur programmation dans des douzaines de langues. Par exemple, les trois stations de radio à caractère ethnique de Vancouver diffusent des programmes dans plus de 40 langues, programmes qui, au total, représentent en moyenne plus de 400 heures de programmation hebdomadaire à caractère ethnique[6].

Services de faible puissance

Télévision

Dans le but d'encourager la création de télévisions communautaires conventionnelles dans les petites localités où il n'est pas possible d'offrir une gamme complète de services de radiodiffusion hertzienne ou par câble, le CRTC a décidé en 1987 d'accorder des licences à des stations de télévision de faible puissance afin de desservir des collectivités éloignées ou mal desservies[7]. Le Conseil attend des stations de télévision de faible puissance qu'elles

> [...] élaborent des émissions communautaires qui contribuent à la diversité des services de télévision au sein de la collectivité. Il s'attend également que les exploitants de ces services desservent tous les membres de la collectivité en offrant certaines émissions s'adressant à tous ainsi que des émissions qui traitent de questions intéressant des groupes particuliers de la collectivité.

En l'an 2000, on comptait au Canada 20 services de télévision de faible puissance. Nombre de ces stations retransmettent le Service du Nord de Radio-Canada et fournissent une programmation locale restreinte (habituellement 2 heures par jour), c.-à-d. événements locaux, événements sportifs, séances de conseil, services religieux, bingos et avis publics[8].

Le CRTC a attribué une licence à un certain nombre de station de radio de faible puissance car le Conseil considère que :

> [...] l'exploitation d'entreprises de radio de faible puissance favorise la réalisation des objectifs fixés dans la Loi sur la radiodiffusion ainsi que la participation de nouveaux venus dans le

système de radiodiffusion canadien. Ces services se prêtent particulièrement bien à une programmation communautaire locale[10].

La politique du Conseil de 2002 pour l'octroi de licences est fondée sur les catégories suivantes :

Services de priorité A : 1) Services radiophoniques émetteurs conventionnels sans but lucratif (p. ex. communautaires, de campus et autochtones); 2) Services radiophoniques émetteurs conventionnels à but lucratif (radiodiffuseurs commerciaux privés, y compris à caractère ethnique); 3) Réémetteurs de stations locales retransmettant à l'intérieur du périmètre de rayonnement de la station; 4) Réémetteurs de signaux éloignés (la SRC aura la priorité dans ce sous-groupe de services de priorité A).

Services de priorité B : 1) Services d'information publique sans but lucratif (p. ex. services de renseignements sur la circulation ou la météo); 2) Services de messages publicitaires[11].

Parmi les stations de radio de faible puissance, on trouve des stations communautaires de type A ou B, mais aussi des stations d'autres types, tels que : à caractère religieux, autochtones, de campus, de tourisme et de voyage. Le tableau 1 présente l'état des stations de faible puissance de langues anglaise et française à l'échelle nationale.

Services destinés aux collectivités minoritaires francophones

Télévision

En avril 2000, le Cabinet fédéral a émis un décret ordonnant au CRTC de procéder à l'examen de la radiodiffusion en langue française en milieu minoritaire. Le rapport de cet examen (publié au début de 2001) a fourni des renseignements sur la manière dont les collectivités minoritaires francophones du Canada traversent les changements qui bouleversent actuellement le monde des communications.

Le tableau 1 ci-dessous montre la croissance totale du nombre de services de télévision en langue française offerts aux abonnés des services de câblodistribution hors Québec depuis 1985.

Tableau 1	Offre de services de programmation de langue française hors Québec en distribution analogique (câblodistribution)			
	1985	1990	1995	2000
Réseau public SRC	1	1	1	1
Réseau privé TVA	-	-	-	1
Éducatifs	1	1	1	1
Spécialisés	-	2	2	2
Payants / à la carte	-	-	-	-
Total	2	4	4	5
Source: Avis public CRTC 2001-25. 12 février 2001.				

Il importe de remarquer qu'environ 80 % de tous les foyers canadiens hors Québec sont au moins abonnés au service de base de câblodistribution. Le tableau ci-dessus révèle que le nombre de canaux de télévision de langue française offerts aux abonnés de la câblodistribution hors Québec a plus que doublé (passant de deux à cinq) entre 1985 et 2000[12].

Tableau 2	Services spécialisés de langue française offerts hors Québec par DTH (2001)	
	Français	Anglais
Services spécialisés analogiques	16	29
Services spécialisés numériques (catégorie 1)	5	16
TOTAL	21	45
Source: Avis public CRTC 2001-25. 12 février 2001.		

Le tableau 2 montre la situation des abonnés de services de satellite de radiodiffusion directe à domicile (DTH), services qui constituent la plate-forme de radiodiffusion dont la croissance est actuellement la plus rapide au Canada[13]. Ces données montrent que les abonnés à la DTH jouissent d'un choix de services de langue française encore plus grand que celui des abonnés de la câblodistribution.

Tout compte fait, l'étude du CRTC permet d'afficher un certain optimisme et ne laisse subsister que peu d'inquiétude quant à la prestation de services de télévision de langue française aux collectivités minoritaires francophones hors Québec. Par exemple, en ce qui concerne la prestation de services analogiques, on note que « le Conseil a décidé de ne pas permettre une réduction du nombre de

services de langue française distribués en mode analogique dans les marchés anglophones ». À propos de la télévision publique, on y dit que « tous les câblodistributeurs seront tenus de distribuer au moins un signal de la SRC dans chacune des langues officielles ». Enfin, relativement au service spécialisé Télé des Arts, on insiste « qu'aucuns frais ne soient requis des câblodistributeurs qui offrent ce service en mode analogique dans les marchés anglophones ».

En ce qui concerne la place réservée aux collectivités minoritaires francophones dans les services de radiodiffusion, le Conseil est d'avis que

> [...] pour répondre adéquatement aux besoins des minorités francophones en milieu minoritaire et mieux refléter leurs réalités, il faut jumeler plusieurs instruments; parmi ceux-ci, signalons l'accès à un plus grand nombre de services de radiodiffusion de langue française, une production accrue d'émissions de qualité et un meilleur reflet à l'écran chez les radiodiffuseurs conventionnels publics et privés, éducatifs, spécialisés et communautaires, dont la majeure partie desservent le grand marché francophone que constitue le Québec.

Radio

Comme on l'a vu plus haut, en 2001, le CRTC a évalué la disponibilité des services de radiodiffusion de langue française dans les collectivités minoritaires francophones hors Québec. Le tableau 3 montre la situation des stations de radio privées et communautaires de langue française. Il montre que, hors Québec, très peu de régions sont desservies par des services de radio privée de langue française, mais qu'un nombre légèrement supérieur de régions le sont par des radios communautaires. En tout, quatre provinces (Colombie-Britannique, Terre-Neuve et Labrador, Île-du-Prince-Édouard, Saskatchewan) et deux territoires (Nunavut, Yukon) ne sont desservis par ni l'un ni l'autre.

Tableau 3 Offre de services de radio de langue française hors Québec, 2001

Province / territoire	Radio privée	Radio Communautaire	Total
Alberta	0	1	1
Colombie-Britannique	0	0	0
Manitoba	0	1	1
Nouveau-Brunswick	4	7	11
Terre-Neuve et Labrador	0	1	0
Nouvelle-Écosse	0	2	2
Ontario	3	4	7
Île-du-Prince-Édouard	0	0	0
Saskatchewan	0	0	0
Territoires du Nord-Ouest	0	1	1
Nunavut	0	0	0
Yukon	0	0	0
TOTAL	7	17	24

Source: Avis public CRTC 2001-25, 12 février 2001.

Le tableau 4 montre la disponibilité des services de radio de langue française de la SRC hors Québec. Comme on peut le constater, à l'extérieur du Québec, la disponibilité de la Première chaîne de la SRC dépasse les 80 % dans la plupart des régions, alors que la Chaîne culturelle est pratiquement inaccessible sauf en Ontario et au Nouveau-Brunswick.

Tableau 4 Population ayant une connaissance du français rejointe par la radio de la SRC hors Québec (1999) (%)

Province / territoire	Première chaîne	Chaîne culturelle
Alberta	83,4	-
Colombie-Britannique	82,5	-
Manitoba	84,6	-
Nouveau-Brunswick	95,7	59,9
Terre-Neuve et Labrador	65,0	-
Nouvelle-Écosse	90,4	1,1
Ontario	97,9	59,0
Île-du-Prince-Édouard	85,4	-
Saskatchewan	74,3	-
Territoires du Nord-Ouest / Nunavut	55,0	-
Yukon	77,8	-

Source: Avis public CRTC 2001-25, 12 février 2001.

Dans son évaluation de la situation de la radio de langue française hors Québec, le CRTC note qu'une partie du problème provient de l'attribution et de l'assignation des fréquences, particulièrement des fréquences FM, car les fréquences FM non assignées se font de plus en plus rare. C'est pourquoi on a demandé à Industrie Canada « [d']examiner le bien-fondé des mesures [...] afin d'augmenter le nombre de fréquences radiophoniques disponibles par ondes hertziennes à l'intérieur du spectre des fréquences en modes analogique et numérique ». On estime également que dans le contexte actuel « le Conseil devra continuer à s'assurer que l'attribution de toute nouvelle fréquence constitue, dans l'intérêt public, la meilleure utilisation possible de cette fréquence ».

Radio de campus

La radio de campus constitue un autre type de licence de radio communautaire que peut attribuer le CRTC. Ces stations sont généralement associées à un établissement d'enseignement post-secondaire et sont supposées être à but non lucratif. L'essentiel de la programmation est le fruit de bénévoles provenant du corps étudiant ou de la collectivité.

La politique du Conseil en matière de radio de campus (2000) stipule que

> [...] la radio de campus offre des émissions dont le style et la substance diffèrent de celles offertes par d'autres éléments du système de radiodiffusion, en particulier les stations commerciales et la Société Radio-Canada (SRC). Le Conseil estime que les stations de campus devraient ajouter à la diversité du système de radiodiffusion en offrant des émissions de musique et de créations orales complémentaires[14].

Le CRTC voit la radio de campus comme un complément aux stations de radio commerciales et communautaires qui partagent le même marché. En conséquence, le Conseil décrit la radio de campus comme suit :

> Station de campus : Il s'agit d'une station de radio qui appartient ou est contrôlée par un organisme sans but lucratif associé à un établissement d'enseignement postsecondaire. Il y a deux types de stations de campus :
>
> Campus axée [sic] sur la communauté : Il s'agit d'une station de campus dont la programmation est produite principalement par des bénévoles qui sont soit des étudiants, soit des membres de la collectivité. La formation de radiodiffuseurs professionnels n'est pas son objectif premier.
>
> Enseignement : Il s'agit d'une station de campus dont l'objectif principal est la formation de professionnels de la radiodiffusion[15].

Les stations de radio de campus sont autorisées à diffuser quatre minutes de publicité par heure. Le Conseil estime que « cette mesure donnera une plus grande marge de manœuvre aux stations de campus en ce qui a trait à leurs sources de revenus » et constitue « la meilleure façon de garantir que les stations de campus offrent un service de programmation dont le style et la substance les distinguent des autres types de stations »[16].

En 2002, on comptait au Canada 47 stations de campus, dont 38 détenaient une licence de station axée sur la communauté, et neuf, de station vouée à l'enseignement. Ces stations tiraient principalement leurs revenus de l'établissement d'enseignement auquel elles sont associées, de la publicité, de subventions, de la communauté locale et de campagnes de financement. Le tableau 5 montre les revenus des stations de campus qui ont déclaré au CRTC des revenus entre 1996 et 2000.

Ce tableau révèle que les stations de radio de campus dépendent beaucoup moins de la publicité que les radios communautaires, la majeure partie de leur revenus provenant d'autres sources, principalement de l'établissement d'enseignement à laquelle la station de campus est associée.

Tableau 5	Revenus des stations de radio de campus, 1997-2001				
	1997	1998	1999	2000	2001
Stations axées sur la communauté					
Nombre de stations ayant soumis un rapport	23	26	29	21	17
Publicité locale	$370,266	$494,412	$736,776	$452,612	$327,364
Publicité nationale	24,063	53,765	83,510	40,872	38,021
Autres Revenues	2,882,213	3,238,828	3,801,269	3,000,631	2,377,475
Total — Revenus	3,276,543	3,919,019	4,621,556	3,494,115	2,742,860
Stations vouées à l'enseignement					
Nombre de stations ayant soumis un rapport	2	4	5	6	6
Publicité locale	$166,092	$234,453	$151,997	$104,613	$132,611
Publicité nationale	-	-	-	-	-
Autres Revenues	230,951	125,750	178,042	216,713	233,591
Total — Revenus	397,043	360,203	330,039	321,326	366,202

Source: Rapport de surveillance de la politique sur la radiodiffusion 2002 du CRTC.

Notes en fin de chapitre

[1] Voir l'avis public CRTC 1999-117, 16 juillet 1999, paragraphe 57.
[2] Avis public CRTC 1999-117, 16 juillet 1999.
[3] La majorité de ces nouveaux services ne sont pas opérationnels et ne le seront probablement jamais à moins qu'un fournisseur de service accepte de les distribuer (par câble ou par satellite) et que ces services produisent les recettes nécessaires à leur viabilité financière.
[4] Voir le Rapport de surveillance de la politique sur la radiodiffusion 2002, 14 novembre 2002.
[5] Avis public CRTC 1999-117, 16 juillet 1999, paragraphe 12.
[6] Les signaux radio EMCS sont transmis sur un canal qui ne peut être reçu qu'à l'aide d'un récepteur spécial.
[7] Rapport de surveillance de la politique sur la radiodiffusion 2002 du CRTC.
[8] Voir l'avis public CRTC 1987-8, 9 janvier 1987.
[9] La politique du Conseil de 1987 sur la faible puissance est mise à jour dans l'avis public CRTC 2002-61, 10 octobre 2002.
[10] Avis public CRTC 2002-61, 10 octobre 2002.
[11] Avis public CRTC 2002-61, 10 octobre 2002.
[12] Environ 80 % de l'ensemble.
[13] En effet, en 1999, les abonnés de la DTH représentaient 85 % de l'augmentation totale des abonnements des entreprises de distribution de radiodiffusion (EDR). (Avis public CRTC 2001-25, 12 février 2002, paragraphe 26).
[14] Avis public 2000-12, 28 janvier 2000, paragraphe 13.
[15] Avis public 2000-12, 28 janvier 2000, paragraphe 20.
[16] Avis public 2000-12, 28 janvier 2000, paragraphe 59.

ANNEXES

Annexe 12
Mandat des groupes d'experts chargés de l'examen de la propriété

Dans le cadre de l'étude sur l'état du système canadien de radiodiffusion, le Comité permanent voudrait que les experts se penchent sur les questions suivantes :

Propriété croisée des médias

1. Propriété croisée des médias au Canada

   Que laissent entrevoir les récentes tendances en ce qui concerne la propriété des médias canadiens?

   Est-il possible de prévoir des changements particuliers dans un proche avenir?

2. Indépendance du journalisme et propriété croisée des médias

   La propriété croisée des médias a-t-elle une incidence sur l'expression d'opinions variées?

   L'évolution de la propriété des médias canadiens a-t-elle eu une incidence sur l'indépendance du journalisme?

3. Conséquences économiques de la propriété croisée des médias

   Pouvez-vous donner des exemples des conséquences économiques de la propriété croisée des médias (p. ex., surpromotion des produits; élimination des produits d'un concurrent)?

4. Leçons tirées de l'étranger

   Prévoyez-vous une transition vers la déconvergence?

   Quelles leçons peuvent tirer les médias canadiens?

   Quelles mesures le gouvernement fédéral devrait-il prendre?

   Que peut faire le gouvernement fédéral?

Propriété étrangère

1. Que pensez-vous des règles actuelles en matière de propriété étrangère auxquelles sont assujettis les médias canadiens?

2. Que pensez-vous de l'efficacité des règles en matière de propriété étrangère des autres pays (p. ex., États-Unis, Royaume-Uni, France)? Quelle a été l'incidence des règles de l'Union européenne sur la situation intérieure de ses pays membres?

3. Compte tenu de la situation actuelle de la propriété des médias au Canada, qu'est-ce qui justifierait un assouplissement des restrictions en vigueur concernant la propriété étrangère? Qu'est-ce qui justifierait le statu quo à cet égard?

4. Certains témoins ont mentionné l'importance de faire une distinction entre les distributeurs et les fournisseurs de contenu quand il s'agit d'établir des limites à la propriété étrangère. Pouvez-vous expliquer en quoi cette distinction est (ou n'est pas) importante?

5. Quelle serait l'incidence d'un assouplissement des règles en matière de propriété étrangère sur la diversité des voix au Canada?

6. Quelle en serait l'incidence sur la promotion du contenu canadien?

7. Quelle en serait l'incidence sur le coût du capital pour les entreprises canadiennes? (c.-à-d. : Quel est le coût du capital actuellement? En quoi serait-il modifié par suite d'un assouplissement des restrictions en matière de propriété?)

8. Des emplois seraient-ils en jeu si les règles relatives à la propriété étrangère étaient assouplies?

ANNEXES

Annexe 13

Instructions au CRTC (Inadmissibilité de non-canadiens)[1]

Interprétation

1. Les définitions qui suivent s'appliquent aux présentes instructions.

« acquéreur » Personne morale visée à l'alinéa 17(2)a) du Règlement sur la propriété et le contrôle des entreprises de télécommunication canadiennes, dans sa version du 25 octobre 1994, portant le numéro d'enregistrement DORS/94-667. (*acquiring corporation*)

« action avec droit de vote » Action d'une personne morale comportant — quelle qu'en soit la catégorie — un droit de vote en tout état de cause ou en raison soit de la survenance d'un fait qui demeure, soit de la réalisation d'une condition. Y sont assimilés :

a) la valeur mobilière convertible en une telle action au moment où est calculé le pourcentage des actions qui sont la propriété de Canadiens et sous contrôle canadien;

b) l'option ou le droit d'acquérir une telle action ou la valeur mobilière visée à l'alinéa a), qui peuvent être exercés au moment où le calcul mentionné à cet alinéa est effectué. (*voting share*)

« administrateur » Personne qui est membre du conseil d'administration d'une personne morale ou, à défaut, personne exerçant des fonctions similaires à celles d'un tel poste. (*director*)

« ayant droit qualifié » Personne morale visée aux alinéas 17(2)b) ou c) du Règlement sur la propriété et le contrôle des entreprises de télécommunication canadiennes, dans sa version du 25 octobre 1994, portant le numéro d'enregistrement DORS/94667, qui a été constituée ou prorogée sous le régime des lois fédérales ou provinciales et qui est directement contrôlée par une entreprise canadienne visée au paragraphe 16(2) de la *Loi sur les télécommunications* ou par son acquéreur, lorsque les conditions suivantes sont réunies :

a) le contrôle de l'entreprise canadienne et de son acquéreur n'a subi aucun changement depuis la date d'entrée en vigueur des présentes instructions;

b) le premier dirigeant de la personne morale ou, à défaut, la personne exerçant des fonctions similaires à celles d'un tel poste, ainsi que tous ses administrateurs, sont des Canadiens;

c) les actions avec droit de vote de la personne morale dont l'entreprise canadienne ou son acquéreur ne détient pas la propriété effective et le contrôle sont toutes la propriété effective de Canadiens et sous contrôle canadien;

d) dans le cas d'une personne morale visée au sous-alinéa 1)(ii) de la définition de « Canadien », les actions avec droit de vote de la personne morale qualifiée dont la propriété effective n'est pas détenue par la personne morale sont toutes la propriété effective de Canadiens et sous contrôle canadien;

e) la personne morale exerce ses activités exclusivement dans le territoire d'exploitation de l'entreprise canadienne;

f) la personne morale ne détient, directement ou indirectement, la propriété effective d'aucune action avec droit de vote d'une personne morale titulaire d'une licence d'exploitation d'entreprise de distribution de radiodiffusion qui exerce ses activités à l'extérieur du territoire d'exploitation de l'entreprise canadienne;

g) les administrateurs de la personne morale et ses dirigeants exercent un contrôle complet et exclusif sur les décisions de programmation et à la fois :

(i) au moins 33 1/3 pour cent des administrateurs sont des membres indépendants,

(ii) au moins un membre indépendant fait partie du quorum de toutes les réunions des administrateurs ou des comités de ceux-ci;

h) les décisions de programmation de la personne morale ne sont ni contrôlées ni influencées par aucune de ses sociétés mères et sociétés affiliées. (*qualified successor*)

« Canadien » Selon le cas :

a) un citoyen au sens du paragraphe 2(1) de la *Loi sur la citoyenneté* qui est un résident habituel du Canada;

b) un résident permanent au sens du paragraphe 2(1) de la *Loi sur l'immigration* qui est un résident habituel du Canada depuis une période maximale d'un an à compter de l'expiration de la date où il est devenu pour la première fois admissible à demander la citoyenneté canadienne;

c) le gouvernement fédéral, un gouvernement provincial ou une administration municipale au Canada, ou un organisme de l'un d'eux, qui est assujetti aux Instructions au CRTC (Inadmissibilité aux licences de radiodiffusion);

d) une personne morale sans capital-actions dont la majorité des administrateurs sont nommés ou désignés — que ce soit par mention de leur nom ou du titre de leur poste — par une ou plusieurs des lois ou autorités suivantes :

(i) une loi fédérale ou provinciale ou un règlement d'application de celle-ci,

(ii) le gouverneur en conseil ou le lieutenant-gouverneur en conseil d'une province,

(iii) un ministre fédéral ou provincial;

e) une personne morale qualifiée;

f) une société mutuelle d'assurance qualifiée;

g) une société de caisse de retraite qualifiée;

h) une coopérative qualifiée;

i) un ayant droit qualifié :

(i) s'il s'agit de détenir une licence d'exploitation d'entreprise de distribution de radiodiffusion,

(ii) s'il s'agit de détenir, directement ou indirectement, la propriété effective d'au plus 50 pour cent des actions avec droit de vote émises et en circulation et d'au plus 50 pour cent des votes d'une personne morale qualifiée titulaire d'une licence de radiodiffusion autorisant seulement l'exploitation d'une entreprise de distribution. (*Canadian*)

« contrôle » Situation qui crée une maîtrise de fait, soit directe, par la propriété de valeurs mobilières, soit indirecte, notamment au moyen d'une fiducie, d'un accord, d'une entente ou de la propriété d'une personne morale. (*control*)

« coopérative qualifiée » Coopérative établie sous le régime d'une loi fédérale ou provinciale ayant trait à l'établissement des coopératives et dont au moins 80 pour cent des membres sont des Canadiens. (*qualified cooperative*)

« filiale » Personne morale placée sous le contrôle d'une autre personne morale. (*subsidiary corporation*)

« membre indépendant » Personne qui n'est ni un dirigeant, ni un employé de l'ayant droit qualifié ou de ses sociétés affiliées, ni un entrepreneur qui leur fournit des biens ou services, ni un administrateur des sociétés affiliées, et à l'égard de laquelle il n'existe aucun facteur qui pourrait vraisemblablement compromettre son aptitude à agir dans les meilleurs intérêts de l'ayant droit qualifié. (*independent member*)

« non-Canadien » Personne ou entité qui n'est pas un Canadien. (*non-Canadian*)

« personne morale qualifiée » Personne morale constituée ou prorogée sous le régime des lois fédérales ou provinciales qui remplit les conditions suivantes :

a) le premier dirigeant ou, à défaut, la personne exerçant des fonctions similaires à celles d'un tel poste et au moins 80 pour cent des administrateurs sont des Canadiens;

b) dans le cas d'une personne morale avec capital-actions, des Canadiens détiennent dans l'ensemble la propriété effective et le contrôle directs ou indirects d'au moins 80 pour cent des actions avec droit de vote émises et en circulation et d'au moins 80 pour cent des votes, à l'exception de celles détenues uniquement à titre de sûreté;

c) dans le cas d'une personne morale qui est une filiale :

(i) la société mère est une personne morale constituée ou prorogée sous le régime des lois fédérales ou provinciales,

(ii) des Canadiens détiennent dans l'ensemble la propriété effective et le contrôle directs ou indirects d'au moins 66 2/3 pour cent des actions avec droit de vote émises et en circulation de la société mère et représentant au moins 66 2/3 pour cent des votes, à l'exception de celles détenues uniquement à titre de sûreté,

(iii) ni la société mère ni ses administrateurs ne contrôlent ou n'influencent les décisions de la filiale en matière de programmation de l'un ou l'autre des cas suivants :

(A) des Canadiens détiennent dans l'ensemble la propriété effective et le contrôle directs ou indirects de moins de 80 pour cent des actions avec droit de vote émises et en circulation de la société mère et représentant moins de 80 pour cent des votes, à l'exception de celles détenues uniquement à titre de sûreté,

(B) le premier dirigeant de la société mère ou, à défaut, la personne exerçant des fonctions similaires è celles d'un tel poste est un non-Canadien,

(C) moins de 80 pour cent des administrateurs de la société mère sont des Canadiens. (*qualified corporation*)

« société affiliée » Quant à un ayant droit qualifié, s'entend :

a) d'une entreprise canadienne visée au paragraphe 16(2) de la *Loi sur les télécommunications* ou de l'une de ses filiales;

b) d'un acquéreur ou de l'une de ses filiales;

c) d'une personne morale qui contrôle les filiales et l'acquéreur visés aux alinéas 1) et b), ou d'une filiale de cette personne. (*affiliate corporation*)

« société de caisse de retraite qualifiée » Société de caisse de retraite dont au moins 80 p. 100 des membres du conseil d'administration et de chaque comité d'administrateurs sont des Canadiens et qui a été constituée en vertu de la *Loi concernant la société de la Caisse de Pensions de la Dominion Bank*, S.C. 1887, ch. 55, de l'Acte constituant en corporation la Société de la Caisse de Retraite de la Banque de Montréal, S.C. 1885, ch. 13, de la *Loi sur les sociétés de caisse de retraite* ou d'une loi provinciale visant la constitution des sociétés de caisse de retraite. (*qualified pension fund society*)

« société mutuelle d'assurance qualifiée » Société mutuelle d'assurance dont le siège social et l'établissement principal sont situés au Canada et dont au moins 80 pour cent des membres du conseil d'administration et de chaque comité d'administrateurs sont des Canadiens. (*qualified mutual insurance company*)

Instructions

Il est ordonné au Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes de ne pas délivrer de licences de radiodiffusion ni d'accorder de modification ou de renouvellement de telles licences aux demandeurs qui sont des non-Canadiens.

Dans les cas où le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes détermine que le demandeur est sous contrôle non canadien en raison de relations personnelles, financières,

contractuelles ou d'affaires, ou de tout autre facteur utile à la détermination du contrôle, sauf la propriété effective et le contrôle, par une entreprise canadienne ou son acquéreur, des actions avec droit de vote d'un ayant droit qualifié, le demandeur est réputé être un non-Canadien.

Abrogation

Les Instructions au CRTC (inadmissibilité de non-Canadiens) sont abrogées. (DORS 96-192).

Entrée en vigueur

Les présentes instructions entrent en vigueur le 8 avril 1997.

Source :

[1] http://www.crtc.gc.ca/fm/LEGAL/NONCANAD.HTM

ANNEXES

Annexe 14
Propriété croisée au Canada

Propriété croisée des médias au Canada — Aperçu des actifs et des acquisitions[1]
23 octobre 2002

Principaux intervenants	BCE	Québécor	CanWest Global	Rogers Communications
	Michael J. Sabia	Pierre-Karl Péladeau	Famille Asper	Ted Rogers
Médium	**Actifs majeurs**			
Journaux	• *Globe and Mail*	• Sun Media Corp. (compte 8 grands quotidiens importants, 7 quotidiens régionaux et plus de 170 autres publications)	• Publications Southam (compte 16 quotidiens et plus de 100 autres publications hebdomadaires, mensuelles et autres) National Post (100 %)	
Magazines	• *Report on Business Magazine* • Globe Television	• Publicor (fusion de Publications TVA et de Publicor) Trustmédia (50 %)	• Publications Southam	• Rogers Publishing : magazines et publications professionnelles et spécialisées comme *L'Actualité*, *Maclean's* et *Flare*
Internet	• Bell Globemedia Interactive (24 sites interactifs) • Sympatico-Lycos Inc. (11 sites interactifs) (100 %)[2]	• Société Netgraphe (15 sites interactifs, y compris le réseau Canoe.ca)	• Intérêts dans 5 sites interactifs, notamment Canada.com, AllCanadianSport.ca, Medbroadcast Corp. Internet Broadcasting Systems, LifeServ Corporation.	• Rogers Publishing gère un certain nombre de sites interactifs, notamment Moneysense.ca, Bizlink, Electric Library of Canada
Télévision	• CTV inc. (25 stations) • TQS[4] • Participation dans 17 chaînes spécialisées et payantes canadiennes (y compris TSN, CTV Newsnet, Discovery Channel, Comedy Network, OLN, Talk tv, ROBTV, RDS, Viewer's Choice, Canal évasion, ARTV, WTSN, CTV Travel, Animal Planet, Discovery Civilization Channel, ESPN Classic, NFL Network) • 6 stations affiliées à la SRC	• TVA (10 stations) • Participation du groupe TVA dans plusieurs services spécialisés analogiques et numériques, notamment LCN, Canal évasion et Canal indigo • Service de téléachat (50 %) • Autres réseaux régionaux	• Global Television Network (11 stations) • Participation dans plusieurs chaînes spécialisées et payantes numériques et analogiques, y compris Prime TV, Men TV, Lonestar, Fox Sportsworld Canada, Xtreme Sports, Mystery, et Deja View • Participation dans 5 réseaux de télévision d'Australie (1), de Nouvelle-Zélande (2) et d'Irlande (2) • Propriétaire de 3 stations de télévision indépendantes • Propriétaire de deux stations affiliées à la SRC	• Participation dans plusieurs chaînes spécialisées et payantes : The Shopping Channel, Rogers Sportsnet, CPAC, Viewer's Choice, Mystery, MSNBC, Tech TV, The Biography Channel et Outdoor Life • Propriétaire de CFMT Television
Network	• Bell Canada (téléphonie et Internet) • Bell Nexxia (réseau à très large bande) (83,5 %) • Bell ExpressVu (télévision par satellite) • Bell Actimedia (fournisseur d'accès Internet) • Téléglobe Inc. (communications internationales et cybercommerce)[3] • Atlantic Satellite Network (services de distribution par câble et par satellite) • Look communications (système de distribution multipoint) • Autres entreprises régionales de téléphonie et d'accès Internet	• Groupe Vidéotron (câblodistributeurs et accès Internet) • Vidéotron Télécom limitée (Internet et téléphonie)		• Rogers Cable inc. (services de câble analogique et numérique (y compris plusieurs réseaux régionaux), réseau à très large bande, location de vidéos et accès Internet) • Rogers Telecom inc.

ANNEXES

Annexe 14
Propriété croisée au Canada

Propriété croisée des médias au Canada — Aperçu des actifs et des acquisitions[1]
23 octobre 2002

Principaux intervenants	BCE	Québécor	CanWest Global	Rogers Communications
	Michael J. Sabia	Pierre-Karl Péladeau	Famille Asper	Ted Rogers
Médium	**Actifs majeurs**			
Journaux	• *Globe and Mail*	• Sun Media Corp. (compte 8 grands quotidiens importants, 7 quotidiens régionaux et plus de 170 autres publications)	• Publications Southam (compte 16 quotidiens et plus de 100 autres publications, hebdomadaires, mensuelles et autres) National Post (100 %)	
Magazines	• *Report on Business Magazine* • Globe Television	• Publicor (fusion de Publications TVA et de Publicor) Trustmedia (50 %)	• Publications Southam	• Rogers Publishing magazines et publications professionnelles et spécialisées comme *L'Actualité*, *Maclean's* et *Flare*
Internet	• Bell Globemedia Interactive (24 sites interactifs) • Sympatico-Lycos Inc. (11 sites interactifs) (100 %)	• Société Netgraphe (15 sites interactifs, y compris le réseau Canoe.ca)	• Intérêts dans 5 sites interactifs, notamment Canada.com, AllCanadianSport.ca, Medbroadcast Corp., Internet Broadcasting Systems, LifeServ Corporation	• Rogers Publishing gère un certain nombre de sites interactifs, notamment Moneysense.ca, Bizlink, Electric Library of Canada
Télévision	• CTV Inc. (25 stations) • TQS • Participation dans 17 chaînes spécialisées et payantes canadiennes (y compris TSN, CTV Newsnet, Discovery Channel, Comedy Network, OLN, Talk tv, ROBTV, RDS, Viewer's Choice, Canal évasion, ARTV, WTSN, CTV Travel, Animal Planet, Discovery Civilization Channel, ESPN Classic, NFL Network) • 6 stations affiliées à la SRC	• TVA (10 stations) • Participation du groupe TVA dans plusieurs services spécialisés analogiques et numériques, notamment LCN, Canal évasion et Canal indigo • Service de téléachat (50 %) • Autres réseaux régionaux	• Global Television Network (11 stations) • Participation dans plusieurs chaînes spécialisées et payantes numériques et analogiques, y compris Prime TV, Men TV, Lonestar, Fox Sportsworld Canada, Xtreme Sports, Mystery et Deja View • Participation dans 5 réseaux de télévision d'Australie (1), de Nouvelle-Zélande (2) et d'Irlande (2) • Propriétaire de 3 stations de télévision indépendantes • Propriétaire de deux stations affiliées à la SRC	• Participation dans plusieurs chaînes spécialisées et payantes : The Shopping Channel, Rogers Sportsnet, CPAC, Viewer's Choice, Mystery, MSNBC, Tech TV, The Biography Channel et Outdoor Life • Propriétaire de CFMT Television
Network	• Bell Canada (téléphonie et Internet) • Bell Nexxia (réseau à très large bande) (83,5 %) • Bell ExpressVu (télévision par satellite) • Bell Actimedia (fournisseur d'accès Internet) • Téléglobe Inc. (communications internationales et cybercommerce) • Atlantic Satellite Network (services de distribution par câble et par satellite) • Look communications (système de distribution multipoint) • Autres entreprises régionales de téléphonie et d'accès Internet	• Groupe Videotron (câblodistributeurs et accès Internet) • Videotron Télécom limitée (Internet et téléphonie)		• Rogers Cable Inc. (services de câble analogique et numérique (y compris plusieurs réseaux régionaux), réseau à très large bande, location de vidéos et accès Internet) • Rogers Telecom Inc.

Sans fils	• Bell Mobilité	• Participation dans Micro-cell		• Rogers AT&T communications sans fil
Cyber-Commerce	• BCE Emergis	• Nurun Netgraphe Progisia informatique		
Autres	• Dome Productions inc. • Artisan Entertainment • Exploration Distribution inc. et Exploration Production inc. • Command Post et Transfer Corporations • Agincourt Productions inc. • CTV Music • Investissements BCE	• Québécor World inc. • Vente de musique, de livres et de vidéos • Maisons de distribution • Radiomédia et CFOM FM[1] (à venir) • JPL production • TVA International	• 3 maisons de production • 3 entreprises de marketing médiatique • 6 entreprises de production et de distribution internationales	• Rogers Broadcasting (43 licences d'exploitation de stations AM et FM) • Blue Jays de Toronto • Phantoms de Toronto, Arena Football League • Astral Media (7,19 %)

1 Quelques observations s'imposent au sujet des structures de propriété présentées dans le tableau ci-dessus. Premièrement, les structures de propriété peuvent être très complexes, ce qui fait qu'il est difficile de généraliser et de tirer des conclusions qui s'appliquent à toutes les entreprises de radiodiffusion. Il est toutefois possible d'avancer que, depuis la révision de 1991 de la *Loi sur la radiodiffusion*, le nombre et la diversité des titulaires de licences du CRTC augmentent. Depuis 1991 également, le CRTC semble plus tolérant à l'égard de la concentration, de l'intégration verticale et de la propriété croisée des médias, ce qui a entraîné des structures de propriété encore plus complexes.

2 En juillet 2002, CanWest Global a vendu une douzaine de journaux communautaires et 32 autres publications. Groupe transcontinental GTC est le nouveau propriétaire de ces publications.

3 BCE a racheté à Lycos la part de 29 % que celle-ci possédait dans l'entreprise.

4 Le reseau Télévision Quatre-Saisons (TQS) est la propriété de l'entreprise conjointe formée d'une filiale de BCE (Bell Globemedia Inc.) et de Cogeco. Bell Globemedia Inc. possède 40 % des actions.

5 En avril 2002, BCE a annoncé qu'il cessait de financer Téléglobe. Quelques jours plus tard, Téléglobe s'est placée sous la protection de la *Loi sur les faillites*.

6 Acheté par TVA et Radio-nord Communications inc. en septembre 2002. TVA possède 60 % des actions.

ANNEXES

Annexe 15

Mandat des groupes d'experts chargés de l'examen de la diversité

Dans son rapport de 1999, intitulé *Appartenance et identité*, le Comité permanent du patrimoine canadien a signalé qu'il existe des centaines de définitions de ce que constitue la culture — sociologiques, anthropologiques, esthétiques, etc.

Par conséquent, le Comité aimerait que, dans le contexte de son étude sur le système de radiodiffusion, les groupes étudient les questions suivantes :

1. Quelle est votre définition de culture?

2. Quelle est votre définition de diversité?

3. Quelle est votre définition de diversité culturelle?

4. Qu'est-ce qui fonctionne bien? Qu'est-ce qui ne fonctionne pas bien?

5. Quelles leçons peut-on tirer de la popularité des marchés gris et noir de la communication par satellite au Canada (auquels accèdent plus de 700 000 foyers)? Le phénomène indique-t-il une diversité de choix insuffisante?

6. Peut-il y avoir trop ou trop peu de diversité?

7. L'approche du gouvernement fédéral face à la diversité culturelle est-elle satisfaisante? Pouvez-vous recommander des changements au niveau de la politique ou de la programmation?

ANNEXES

Annexe 16

Questionnaire sur l'activité politique (R.-U.)

Source : le *code de pratiques des nominations ministérielles au sein d'organismes publics* (*Code of Practice for Ministerial Appointments to Public Bodies*) du commissaire des nominations publiques (Commissioner for Public Appointments), bureau du commissaire des nominations publiques (Office of the Commissioner for Public Appointments), juillet 2001, http://www.ocpa.gov.uk/leaflets/codeofpractice.pdf

Tous les candidats à une nomination publique doivent répondre à la question présentée cidessous.

Cette question est posée pour deux raisons :

- elle permet de contrôler l'activité politique des candidats à une nomination publique dans la mesure où elle est déjà dans le domaine public. Ni l'activité, ni l'affiliation ne constituent un critère de nomination (sauf lorsque la loi exige une représentation spécifique).

- la participation à des activités politiques permet aux personnes d'acquérir et d'utiliser des capacités et des expériences qu'elles n'auraient pas pu obtenir autrement. Il est possible qu'on vous pose des questions à leur sujet si elles présentent un intérêt pour votre demande.

Si votre demande est acceptée, les informations fournies seront publiées lors de l'annonce de votre nomination.

Parmi les activités suivantes, veuillez indiquer celles que vous avez entreprises durant les cinq dernières années en cochant la case appropriée et en donnant des détails concernant votre participation. Nommez le parti ou l'organisme pour lequel vous avez travaillé. Si vous avez été ou êtes indépendant ou avez essayé d'être élu ou avez été élu représentant d'un groupe d'intérêt particulier, vous devez le mentionner. Vous devez cocher tous les points qui s'appliquent à votre cas.

a. Vous avez été élu conseiller municipal, député membre du Parlement européen etc.
Vous avez présenté votre candidature pour les fonctions mentionnées ci-dessus
Vous avez parlé au nom d'un parti ou d'un candidat

b. Vous avez été un agent politique
Vous avez rempli les fonctions de président, de trésorier ou de secrétaire du bureau local d'un parti
Vous avez mené une campagne au nom d'un parti ou apporté votre aide lors d'élections
Vous avez entrepris d'autres activités politiques que vous considérez pertinentes

c. Vous avez fait des dons à enregistrement obligatoire à un parti[1]

d. Aucune des activités indiquées ci-dessus ne s'applique à votre cas

Détails de la participation :

Nom du parti pour lequel vous avez entrepris des activités :

NOM..... SIGNATURE.....

DATE.....

Endnotes

[1] Conformément à la loi sur les référendums, les élections et les partis politiques de 2000 (Political Parties, *Elections and Referendums Act 2000*), la commission électorale (*Electoral Commission*) doit publier un registre des dons à enregistrement obligatoire (les dons faits par toute personne qui s'élèvent à un total de plus de 5 000 £ durant une année civile ou qui dépassent 1 000 £ lorsqu'ils sont versés à une unité comptable auxiliaire telle qu'une association de circonscription, un bureau local ou une organisation féminine ou axée sur la jeunesse). Ces dispositions sont entrées en vigueur le 16 février 2001.

ANNEXES

Annexe 17

Liste des sources des figures

Dans le cadre de son étude, le Comité a fréquemment demandé à des intervenants et à des représentants de l'industrie de lui fournir des données statistiques, des séries spéciales de données exclusives et d'autres renseignements au besoin. Le Comité est heureux de l'esprit de collaboration manifesté par ces personnes, et il tient à remercier tout particulièrement :

M. Leo Doyle (ministère du Patrimoine canadien)
M. David Goldstein (Association canadienne des radiodiffuseurs)
M. Ken Goldstein (Communications Management Inc.)
Mme Sandra Macdonald (Fonds canadien de télévision)
M. Peter Miller (CHUM Television)
M. Shaun Poulter (Relations de la SRC avec le gouvernement)
M. Paul Sparkes (Bell Globemedia)
M. Stan Staple (Recherche de la SRC)
M. John Traversy (CRTC)
M. Alan Zimmermann (ministère du Patrimoine canadien)

La présente annexe indique les sources qui ont permis de produire les figures que contient le rapport. Tel qu'il est indiqué au chapitre 4, les Sondages BBM (BBM), Nielsen Media Research et Statistique Canada sont les principales organisations qui recueillent des données sur la radiodiffusion canadienne, notamment des données sur l'auditoire. Pour cette raison, de nombreuses sources secondaires sont présentées ci-dessous, la source principale ayant été l'une des trois organisations susmentionnées.

Chapitre 3

- Figures 3.1 à 3.10 : Gibson Product Design, Ottawa.
- Figure 3.3 : Statistique Canada (années diverses), *Enquête sur l'équipement ménager*, catalogue 64-202, publication annuelle; catalogue 64-202S (années diverses), *Estimations rectifiées* (1977-1987); Statistique Canada (années diverses), *Équipement ménager selon le revenu et d'autres caractéristiques*, catalogue 13-218-XPB; Statistique Canada (années diverses), *Enquête sur les dépenses des ménages*, catalogue 62M0004XCB; CRTC, 1976-1981, *Relevés statistiques et financiers de l'industrie, Canada, régions et provinces : câblodistribution*; CRTC, 1977-1982, *Relevés statistiques et financiers de l'industrie, Canada, régions et provinces : câblodistribution*; CRTC, *Relevés de câblodistribution statistiques et financiers, 1979-1984, Canada, régions et provinces*; ACTC, *Rapport annuel* 2001-2002.

Chapitre 4

- Figure 4.1 : Rapport de surveillance de la politique sur la radiodiffusion de 2002, CRTC.
- Figure 4.2 : BBM, sondage de l'automne 2001.
- Figure 4.3 : Rapport de surveillance de la politique sur la radiodiffusion de 2002, CRTC.
- Figure 4.4 : Rapport de surveillance de la politique sur la radiodiffusion de 2002, CRTC.
- Figure 4.5 : Rapport de surveillance de la politique sur la radiodiffusion de 2002, CRTC.
- Figure 4.6 : Rapport de surveillance de la politique sur la radiodiffusion de 2002, CRTC.
- Figure 4.7 : Rapport de surveillance de la politique sur la radiodiffusion de 2002, CRTC.
- Figure 4.8 : Étude réalisée par CBC, Ottawa.
- Figure 4.9 : Étude réalisée par CBC, Ottawa.
- Figure 4.10 : Rapport de surveillance de la politique sur la radiodiffusion de 2002, CRTC.
- Figure 4.11 : Étude réalisée par CBC, Ottawa.
- Figure 4.12 : Étude réalisée par CBC, Ottawa.
- Figure 4.13 : Étude réalisée par CBC, Ottawa. Nota : Ce n'est qu'au cours des dernières années que Global a été classé comme un réseau national; par conséquent, des données comparables ne sont pas disponibles pour les périodes utilisées dans la figure.
- Figure 4.14 : Étude réalisée par CBC, Ottawa.
- Figure 4.15 : Rapport de surveillance de la politique sur la radiodiffusion de 2002, CRTC.
- Figure 4.16 : Rapport de surveillance de la politique sur la radiodiffusion de 2002, CRTC.
- Figure 4.17 : Rapport de surveillance de la politique sur la radiodiffusion de 2002, CRTC.
- Figure 4.18 : Rapport de surveillance de la politique sur la radiodiffusion de 2002, CRTC.
- Figure 4.19 : Rapport de surveillance de la politique sur la radiodiffusion de 2002, CRTC.
- Figure 4.20 : Rapport de surveillance de la politique sur la radiodiffusion de 2002, CRTC.
- Figure 4.21 : Étude réalisée par CBC, Ottawa.
- Figure 4.22 : Étude réalisée par CBC, Ottawa.
- Figure 4.23 : Étude réalisée par CBC, Ottawa.
- Figure 4.24 : Étude réalisée par CBC, Ottawa.
- Figure 4.25 : Étude réalisée par CBC, Ottawa.
- Figure 4.26 : Étude réalisée par CBC, Ottawa. Rapport du Groupe de travail sur la radiodiffusion, 1984.
- Figure 4.27 : Étude réalisée par CBC, Ottawa.
- Figure 4.28 : CRTC, Rapport de surveillance de la politique sur la radiodiffusion, 2002.
- Figure 4.29 : www.nua.com
- Figure 4.30 : Étude réalisée par CBC, Ottawa.
- Figure 4.31 : Étude réalisée par CBC, Ottawa.
- Figure 4.32 : Environics Research Group, mars 2000.
- Figure 4.33 : Environics Research Group, mars 2000.
- Figure 4.34 : Environics Research Group, mars 2000.
- Figure 4.35 : Environics Research Group, mars 2000.
- Figure 4.36 : Environics Research Group, mars 2000.
- Figure 4.37 : Edison Media Research.
- Figure 4.38 : Nielsen/Net Ratings.

- Figure 4.39 : www.google.ca/press/zeitgeist.html
- Figure 4.40 : www.google.ca/press/zeitgeist.html

Chapitre 5

- Figure 5.1 : www.pch.gc.ca
- Figure 5.2 : Avis publics et décisions du CRTC. Nota : Les exigences en matière de contenu canadien varient selon les services. La plupart des fournisseurs de services sont tenus d'offrir au moins 30 % de contenu canadien. Toutefois, les services dans une langue autre que l'anglais ou le français doivent se soumettre à des exigences plus modestes en matière de contenu canadien.
- Figure 5.3 : www.fondscanadiendetele.ca.
- Figure 5.4 : Télétilm Canada, TVA, TQS, estimations de la CBC, estimations de SECOR. SECOR, *"A Review of Canadian Content in the Canadian Television System", Presented to the Canadian Association of Broadcasters: Television Board,"* 30 août 2002, p.26.
- Figure 5.5 : Fonds canadien de télévision, 2001-2002, *Un an de télévision canadienne*.
- Figure 5.6 : Fonds canadien de télévision, 2001-2002, *Un an de télévision canadienne*.
- Figure 5.7 : Fonds canadien de télévision, 2001-2002, *Un an de télévision canadienne*.
- Figure 5.8 : Fonds canadien de télévision, 2001-2002, *Un an de télévision canadienne*.
- Figure 5.9 : Fonds canadien de télévision, 2001-2002, *Un an de télévision canadienne*.
- Figure 5.10 : Bibliothèque du Parlement, Direction de la recherche parlementaire, Ottawa.

Chapitre 6

- Figure 6.1 : OCDE ($US convertis en $CAN)
- Figure 6.2 : Rapport annuel de la SRC, 2001-2002.
- Figure 6.3 : Rapports annuels de la SRC.
- Figure 6.4 : Rapport annuel de la SRC, 2001-2002.
- Figure 6.5 : Rapport annuel de la SRC, 2000-2001; Rapport du Groupe de travail sur la radiodiffusion, 1984.
- Figure 6.6 : Étude réalisée par CBC, Ottawa.
- Figure 6.7 : Étude réalisée par CBC, Ottawa.
- Figure 6.8 : Étude réalisée par CBC, Ottawa.
- Figure 6.9 : Étude réalisée par CBC, Ottawa.
- Figure 6.10 : Étude réalisée par CBC, Ottawa.
- Figure 6.11 : Étude réalisée par CBC, Ottawa.
- Figure 6.12 : Calculs internes, Bibliothèque du Parlement, Direction de la recherche parlementaire, Ottawa. Nota : La figure n'englobe pas de données relatives aux initiatives de financement ponctuelles ou aux transferts de capitaux. En raison des divers rajustements, les données sont légèrement différentes des données relatives aux crédit.
- Figure 6.13 : Rapports annuels de la SRC.
- Figure 6.14 : Rapport annuel de la SRC, 2000-2001.

Chapitre 8

- Figure 8.1 : Données du CRTC, rapports annuels de la SRC, Association canadienne de production de films et de télévision.
- Figure 8.2 : Données financières du CRTC.
- Figure 8.3 : Rapport de surveillance de la politique sur la radiodiffusion du CRTC, 2002.
- Figure 8.4 : Rapport de surveillance de la politique sur la radiodiffusion du CRTC, 2002.
- Figure 8.5 : Association canadienne de production de film et télévision — Profil 2001, 2003.
- Figure 8.6 : Rapport de surveillance de la politique sur la radiodiffusion de 2002, CRTC.
- Figure 8.7 : Rapport de surveillance de la politique sur la radiodiffusion de 2002, CRTC.
- Figure 8.8 : Rapport de surveillance de la politique sur la radiodiffusion du CRTC, 2002. Nota : Les stations à caractère ethnique sont incluses dans la radio anglaise.
- Figure 8.9 : Rapport de surveillance de la politique sur la radiodiffusion du CRTC, 2002.
- Figure 8.10 : Données financières du CRTC.
- Figure 8.11 : Statistique Canada, *La culture en perspective*, Été 2001, Volume 13, no 2, Catalogue no 87-004-XIF; *Le Quotidien*, le 21 octobre 2002, Catalogue no 11-001-XIF.
- Figure 8.12 : Sondage de l'Association canadienne des radiodiffuseurs, www.cab-acr.ca.
- Figure 8.13 : Rapport de surveillance de la politique sur la radiodiffusion du CRTC, 2002.
- Figure 8.14 : Communications Management Inc.
- Figure 8.15 : Gibson Product Design, Ottawa.
- Figure 8.16 : Rapport de surveillance de la politique sur la radiodiffusion du CRTC, 2002.
- Figure 8.17 : Données financières du CRTC.
- Figure 8.18 : Données financières du CRTC.
- Figure 8.19 : Rapport de surveillance de la politique sur la radiodiffusion du CRTC, 2002.
- Figure 8.20 : Données financières du CRTC.
- Figure 8.21 : CRTC, *Télévision, relevés statistiques et financiers*, « Dépenses de programmation et production ».
- Figure 8.22 : CRTC, *Télévision, relevés statistiques et financiers*, « Dépenses de programmation et production ».
- Figure 8.23 : CRTC, *Télévision, relevés statistiques et financiers*, « Dépenses de programmation et production ».
- Figure 8.24 : CRTC, *Télévision, relevés statistiques et financiers*, « Dépenses de programmation et production ».
- Figure 8.25 : CRTC (calculs internes), Conseil du Trésor (partie III du CRTC, exercices divers) Nota : Les droits des télécommunications sont entrés en vigueur le 1er juin 1987.
- Figure 8.26 : CRTC (calculs internes), Conseil du Trésor (partie III du CRTC, exercices divers) Nota : Les droits des télécommunications sont entrés en vigueur le 1er juin 1987.
- Figure 8.27 : Rapport de surveillance de la politique sur la radiodiffusion du CRTC, 2002.
- Figure 8.28 : Rapport de surveillance de la politique sur la radiodiffusion du CRTC, 2002.
- Figure 8.29 : Rapport de surveillance de la politique sur la radiodiffusion du CRTC, 2002.
- Figure 8.30 : Données financières du CRTC.

- Figure 8.31 : Données financières du CRTC. Nota : Les données de 1997 comportent une année d'exploitation incomplète des services Star Choice et Bell ExpressVu.
- Figure 8.32 : CRTC Broadcasting Policy Monitoring Report 2002.

Chapitre 9

- Figure 9.1 : Avis public CRTC 2001-129, 21 décembre 2001.
- Figure 9.2 : Rapport de surveillance de la politique sur la radiodiffusion 2001, 2002 du CRTC.
- Figure 9.3 : Rapport de surveillance de la politique sur la radiodiffusion 2001, 2002 du CRTC.
- Figure 9.4 : Rapport de surveillance de la politique sur la radiodiffusion 2002 du CRTC.
- Figure 9.5 : Rapport de surveillance de la politique sur la radiodiffusion 2001, 2002 du CRTC.
- Figure 9.6 : www.crtc.gc.ca
- Figure 9.7 : www.crtc.gc.ca

Chapitre 11

- Figure 11.1 : Bibliothèque du Parlement, direction de la recherche parlementaire, Ottawa.
- Figure 11.2 : *Centre d'études sur les médias.*
- Figure 11.3 : Conférence canadienne des arts.
- Figure 11.4 : Bibliothèque du Parlement, direction de la recherche parlementaire, Ottawa.
- Figure 11.5 : *Centre d'études sur les médias.*

Chapitre 17

- Figure 17.1 : GCSCE : www.dfait-maeci.gc.ca
- Figure 17.2 : GCSCE : www.dfait-maeci.gc.ca

Chapitre 19

- Figure 19.1 : Décisions du CRTC.

ANNEXES

Annexe 18

Rapport de recherche commandés

- Peter Desbarats. *L'avenir de la radiodiffusion publique — distinction ou disparition*, 30 août 2002.
- David Keeble, Keeble Consulting. *Création et diffusion de contenu canadien durant la transition vers le numérique*, 22 octobre 2002.
- David Keeble, Keeble Consulting. *L'avenir de la télévision, c'est le numérique : Notions sur la technologie et répercussions pour l'avenir*, 4 juin 2002.
- Catherine Murray, Simon Fraser University. More Money Blues, Examen du soutien financier à la production télévisuelle canadienne, 31 août 2002.
- Richard J. Paradis. *Le Groupe CIC, Étude sur les activités de réglementation de la radiodiffusion*, 15 janvier 2003.
- Richard J. Schultz, McGill University. *Le fonctionnement et l'efficacité du Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes*, 12 septembre 2002.
- Centre d'études sur les médias. *La propriété des médias au Canada*, 5 février 2003.

ANNEXES

Annexe 19

Équipe de recherche et de soutien

La production d'un rapport de comité de la Chambre des communes est un processus quasi judiciaire comportant la présentation de témoignages dans le cadre d'audiences publiques, la visite de divers endroits ainsi que des travaux de recherche et d'analyse rédigés ou recueillis par le personnel de la Direction de la recherche parlementaire (Bibliothèque du Parlement) et des consultants de l'extérieur. Les employés de la Chambre des communes et de Travaux publics et Services gouvernementaux Canada apportent également leur soutien, au besoin, dans le cadre de l'étude.

Directeur de l'étude
Joseph Jackson

Consultant principal
David M. Black

Direction de la recherche parlementaire

Analystes
Sam Banks
Monique Hébert
Terrence Thomas

Adjoint de recherche
Michael Dewing

Stagiaires
Alan Cofman
Janique Venne

Consultants
Monica Auer
Gaston Blais
Alan Cofman
Janique Venne

Vignettes
David Black
Gaston Blais
David Keeble

Graphisme
Scott Gibson
Joseph Jackson
Sean Thomson

Conseillers professionnels
Keith Fagan
David Keeble
David Moynagh

Greffière du Comité
Christine Fisher

Adjointes administratives
Nélia DaSilva
Julie Danis

Production

Josée Bigras
Chantal Laprade
Guy Rochon
Claude Quévillon

Traduction

Marie-France Gagnon

De l'anglais vers le français
Suzanne Boileau
Cécile Fortier
Michel Gouin
Frèdelin Leroux
Isabelle Rivard

Du français vers l'anglais
Elizabeth Cowan
Patricia Galbraith
Françoise Karczewski

Conception de l'information visuelle

Gibson Product Design
Scott Gibson
Sean Thomson

Agent de la logistique des déplacements
Richard Ménard

ANNEXES

Annexe 20

Liste des témoins

Organismes et particuliers	Date	Réunion
37e Législature, 1re Session		
Ministère du Patrimoine canadien	08/11/2001	26
Sheila Copps, ministre		
Marc O'Sullivan, directeur général, Politique de la radiodiffusion et innovation		
Michael Wernick, sous-ministre adjoint, Affaires culturelles		
Ministère de l'Industrie	20/11/2001	27
Michael Helm, directeur général, Politique des télécommunications		
Veena Rawat, directrice générale adjointe, Planification et services techniques du spectre		
Léonard St-Aubin, directeur principal, Analyse industrielle et réglementaire		
Paul Vaccani, directeur, Ingénierie des demandes en radiodiffusion		
Ministère du Patrimoine canadien		
Marc O'Sullivan, directeur général, Politique de la radiodiffusion et innovation		
Michael Wernick, sous-ministre adjoint, Affaires culturelles		
Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes	22/11/2001	28
Jean-Pierre Blais, directeur exécutif		
David Colville, président		
Andrée Wylie, vice-présidente		
« Alliance of Canadian Cinema, Television and Radio Artists (ACTRA) »	27/11/2001	29
Garry Neil, conseiller politique		

Fonds canadien de télévision		
Louise Baillargeon, vice-présidente		
Richard Stursberg, président du conseil d'administration		
Janet Yale, vice-présidente		
Fonds canadien du film et de la vidéo indépendants	27/11/2001	29
Robin Jackson, directeur exécutif		
La Guilde canadienne des médias		
Lise Lareau, présidente		
« Newspaper Guild of Canada »		
Arnold Amber, directeur		
« Shaw Children's Programming Initiative »		
Alex Park, vice-président		
Bureau de certification des produits audio-visuels canadiens	29/11/2001	31
Robert Soucy, directeur		
Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes		
Jean-Pierre Blais, directeur exécutif		
« Friends of Canadian Broadcasting »		
Noreen Golfman, présidente		
Ian Morrison, porte-parole		
Office national du film		
Jacques Bensimon, commissaire du gouvernement à la cinématographie et président		
Laurie Jones, directrice des communications		
Téléfilm Canada		
François Macerola, directeur général		
Johanne St-Arnauld, directrice exécutive intérimaire		
« Toronto Arts Council »		
Jim Garrard, directeur exécutif		
« Canadian Association of Black Journalists »	04/12/2001	32
Sam Donkoh, vice-président		

« Canadian Association of the Deaf »		
James Roots, directeur exécutif		
Conseil canadien des normes de la radiotélévision	04/12/2001	32
Ronald Cohen, président national		
Ann Mainville Neeson, directrice exécutive		
Évaluation — Médias		
Melanie Cishecki, directrice exécutive		
Ministère des Finances		
Len Farber, directeur général, Législation		
Ed Short, agent principal, Direction de la Politique de l'impôt		
« REAL Women of Canada »		
Gwendolyn Landolt, vice-présidente nationale		
Diane Watts, recherchiste		
Association canadienne des fournisseurs Internet	31/01/2002	35
Jay Thomson, président		
Centre de recherches sur les communications Canada		
Metin Akgun, vice-président intérimaire, Direction des technologies de la radiodiffusion		
Gérald Chouinard, directeur du programme		
Gerry Turcotte, président		
Société d'implantation de la radio numérique Inc.		
Ray Carnovale, secrétaire		
David Garforth, directeur exécutif		
Duff Roman, président		
Association canadienne de la télévision par câble	19/02/2002	36
Janet Yale, présidente et directrice générale		
COGECO Inc.		
Yves Mayrand, vice-président, Affaires juridiques et Secrétariat		
« Rogers Communications Inc. »		
Dean MacDonald, vice-président principal		

Shaw Communications inc.		
Ken Stein, vice-président principal		
« **WestMan Communications Group** »	19/02/2002	36
Dave Baxter, président		

Vancouver, Colombie-Britannique

« **ATW Management Communications Inc.** »	25/02/2002	37
Shyla Dutt, présidente		
« **Community Media Education Society** »		
Richard Ward, directeur exécutif		
Syndicat canadien des communications, de l'énergie et du papier		
Arthur Simmonds, représentant national		
Jote Warnock, représentante nationale		
« **Vancouver Association of Chinese Canadians** »		
Sid Chow Tan, vice-président		
Victor Wong, directeur exécutif		
À titre individuel		
Digby Peers		
CKVU — TV / CHUM Télévision	25/02/2002	38
Prem Gill, directeur, Relations publiques et Programmation multiculturelle		
« **Focus on the Family** »		
Michael Martens, représentant		
Darrel Reid, président		
« **Vancouver Raging Grannies** »		
Ann Kujundzic, représentante		
Kitanna Nuttall, représentante		
Robyn Smith, représentante		
Barbara Taylor, représentante		
Lesta Voth, représentante		

Association canadienne-française de l'Alberta	27/02/2002	39
Raymond Lamoureux, directeur général		
Association de l'industrie du film de l'Alberta	27/02/2002	39
Connie Edwards, présidente		
Nic Wry, président, Comité sur la radiodiffusion		
« Canadian Learning Television »		
Jill Bonenfant, directrice		
Syndicat canadien des communications, de l'énergie et du papier		
Nancy Wahl, présidente		
Richard Zyp, représentant		
À titre individuel		
Kathryn Fraser		
John Grogan		
Helen Neufeld		
Brian Staples		

Regina, Saskatchewan

« Access Communications »	28/02/2002	40
Jim Deane, président et directeur général		
Marj Gavigan, directrice		
Assemblée communautaire fransaskoise		
Denis Desgagné, directeur général		
Francine Lacasse-Powers, agente aux communications		
« Saskatchewan Motion Picture Association »		
Cindy Beland, présidente et directrice générale		
Michael Snook, membre du conseil d'administration		
À titre individuel		
Merran Proctor		
Alan Taylor		

Winnipeg, Manitoba

« **Aboriginal Peoples Television Network** »	01/03/2002	41
Jim Compton, directeur, Programmes		
Clayton Gordon, président		
Deanie Kolybabi, directeur		
Ron Nadeau, directeur, Exploitation		
Patrick Tourigny, directeur		
« **CanWest Global Communications Corp.** »		
Leonard Asper, président et directeur général		
Charlotte Bell, vice-présidente		
Kenneth Goldstein, vice-président directeur et agent en chef en stratégie		
Ken MacDonald, vice-président		
Gerry Noble, président		
« **Craig Broadcast Systems Inc.** »		
Greg Ashley, vice-président		
Boyd Craig, vice-président		
Drew Craig, présidente		
Réseau des communications de la Saskatchewan		
David Debono, président et directeur général		
Richard Gustin, directeur exécutif, Programmation		
Société franco-manitobaine		
Daniel Boucher, président et directeur général		

Ottawa, Ontario

AOL Canada	12/03/2002	42
Ian Hembery, vice-président		
« **AOL Time Warner Inc.** »		
Casey Anderson, vice-président		

Société Radio-Canada	14/03/2002	43
Robert Rabinovitch, président-directeur général		
Carole Taylor, présidente		
Michel Tremblay, vice-président		
Alliance des radios communautaires du Canada	19/03/2002	44
Robert Boulay, agent de développement		
Serge Paquin, secrétaire général		
Association des radiodiffuseurs communautaires du Québec		
Jean-Pierre Bédard, président		
Lucie Gagnon, secrétaire générale		
Corporation de Télédiffusion du Grand Chateauguay inc.		
André Desrochers, coordonnateur		
André Simard, secrétaire		
Fédération des télévisions communautaires autonomes du Québec		
André Desrochers, administrateur		
Gérald Gauthier, agent de développement et de recherche		
Stéphane Lépine, vice-président		
Fondation Radio Enfant		
Aline Bard, membre		
Michel Delorme, directeur général		
Lise Huot, membre		
« Star Ray TV »		
Jan Pachul, président		
À titre individuel		
Ken Collins		
Roger Davies		

Association canadienne des radiodiffuseurs	21/03/2002	46
Richard Cavanaugh, vice-président		
Sylvie Courtemanche, vice-présidente exécutive		
Glenn O'Farrell, président et chef de la direction		
Erica Redler, avocate générale et première vice-présidente		
Paul Robertson, président		
Bell Globemedia Inc.		
Alain Gourd, vice-président exécutif		
« CanWest Global Communications Corp. »		
Kenneth Goldstein, vice-président directeur et agent en chef en stratégie		
CFRA / KOOL-FM (CHUM Limited)		
Mark Maheu, vice-président et directeur général		
« Corus Entertainment Inc. »		
J.J. Johnston, directeur général et vice-président		
Kathleen McNair, vice-présidente		
« Craig Broadcast Systems Inc. »		
Joanne Levy, directrice exécutive		
« Global Television Network »		
Loren Mawhinney, vice-présidente		
Groupe TVA inc.		
Philippe Lapointe, vice-président		
KICX 104 FM		
Paul Larche, président et directeur général		
« Mid West Television Ltd »		
Glenda Spenrath, vice-présidente		
Télé Inter-Rives Ltée (CKRT-TV)		
Marc Simard, président du conseil		
Télémédia	21/03/2002	46
Claude Gagné, représentant		

Télévision CHUM		
Sarah Crawford, vice-présidente		
Peter Miller, vice-président		
Association canadienne-française de l'Ontario	09/04/2002	47
Jean-Marc Aubin, président de l'ACFO provinciale		
Commissariat aux langues officielles		
Dyane Adam, commissaire		
Alain Clavet, analyste principal des politiques		
Gérard Finn, directeur général		
Coopérative Radiophonique de Toronto		
Christian Martel, président		
Fédération des communautés francophones et acadienne du Canada		
Georges Arès, président		
Richard Barrette, directeur général		
Robin Cantin, directeur, Communications		
À titre individuel		
Hon. Jean-Robert Gauthier, sénateur		
Bell Express Vu	11/04/2002	49
Chris Frank, vice-président		
Ian Gavaghan, vice-président		
David McLennan, président		
La Guilde canadienne des médias		
Lise Lareau, présidente		
« Newspaper Guild of Canada »		
Arnold Amber, directeur		
Telesat Canada	11/04/2002	49
Paul Bush, vice-président, Développement corporatif		
Bob Power, directeur		
Association canadienne des distributeurs et exportateurs de films	16/04/2002	50
Richard Paradis, président		

Association des producteurs de films et de télévision du Québec (APFTQ)		
Céline Pelletier, directrice, Communications		
Claire Samson, présidente-directrice générale		
Association des réalisateurs et des réalisatrices du Québec		
Lise Lachapelle, directrice générale		
Jean-Pierre Lefebvre, président		
Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo		
Martine Corriveau, agente de recherche		
Solange Drouin, vice-présidente, Affaires publiques et directrice générale		
Jacques Primeau, président		
Annie Provencher, analyste, Affaires publiques		
Impératif français		
Andrée Caya, adjointe à la présidence		
Léo La Brie, conseiller		
Claude Lafrenière, membre du conseil d'administration		
Jean-Paul Perreault, président		
Société des auteurs de radio, télévision et cinéma		
Yves Légaré, directeur général		
Annie Piérard, présidente		
Société professionnelle des auteurs et des compositeurs du Québec		
Francine Bertrand Venne, directrice générale		
Marc Ouellette, président		
Union des artistes	16/04/2002	50
Pierre Curzi, président		
Anne-Marie Des Roches, directrice, Affaires publiques		
Association canadienne des annonceurs	18/04/2002	52
Ronald Lund, président-directeur général		
Robert Reaume, vice-président, Média et Recherche		

« Canadian Media Directors Council »		
Sunni Boot, ancienne présidente		
« Concerned Children's Advertisers »		
Sunni Boot, vice-présidente		
Cathy Loblaw, présidente-directrice générale		
Patti Manna, directrice		
Linda Millar, directrice		
« Institute of Communications and Advertising »		
David Harrison, membre		
Réseau éducation — Médias		
Jan D'Arcy, codirecteur		
Alan Mirabelli, vice-président		
Alliance évangélique du Canada	23/04/2002	53
Bruce Clemenger, directeur		
« Canadian Race Relations Foundation »		
Karen Mock, directrice exécutive		
« Christian Communications Consultants »		
Patrick Bestall, président		
Don Brooks, secrétaire		
« Communications and Diversity Network »		
Reuben Friedman, membre		
Lionel Lumb, membre		
Raj Rasalingam, président		
Conférence canadienne des arts	23/04/2002	53
Marie Cadieux, membre du conseil d'administration		
Megan Williams, directrice nationale		
Congrès Ibéroaméricain du Canada		
Paul Fitzgerald, vice-président et conseiller juridique		
À titre individuel		
Joe Clark		

CPAC	25/04/2002	54
Colette Watson, présidente et directrice générale		
« **Knowledge Network** »		
Wayne Robert, directeur général		
Télé-Québec		
Mario Clément, directeur général		
Jacques Lagacé, directeur		
Claude Morin, conseiller multimédia		
TFO — TV Ontario		
Laurent de Combrughe, directeur général		
Louis Paquin, président		
Claudette Paquin, directrice générale		
« **Vision TV** »		
Bill Roberts, président-directeur général		

Saint-Jean, Terre-Neuve

CHMR-FM	29/04/2002	55
Ernst Rollmann, directeur, Programmes		
Michael Rossiter, directeur, Nouvelles		
« **Eastern Edge Gallery** »		
Mike Hickey, représentant		
Festival annuel international des films et des vidéos réalisés par les femmes		
Katie Nicholson, porte-parole		
Gouvernement de Terre-Neuve et Labrador	29/04/2002	55
Eleanor Dawson, « Cultural Officer »		
Heather MacLellan, sous-ministre adjointe, Tourisme, culture et loisirs		
« **Music Industry Association of Newfoundland** »		
Anita Best, présidente		
John Hutton, associé		

« Newfoundland and Labrador Film Development Corporation »

Leo Furey, président

« Newfoundland Symphony Youth Choir »

Susan Knight, fondatrice et directrice artistique

Nouveau parti démocratique, Terre-Neuve et Labrador

Jack Harris, député provincial, chef des néo-démocrates

« Producers Association of Newfoundland and Labrador »

Ken Pittmen, directeur

Paul Pope, vice-président

« St. John's Folk Arts Council »

Stan Pickett, trésorier

À titre individuel

Greg Malone, acteur

Jim Maunder, visualiste

Monique Tobin

Halifax, Nouvelle-Écosse

« Aboriginal Peoples Television Network »	30/04/2002	56

Catherine Martin, cinéaste

« Aboriginal Voices Radio Inc. »

Melvin Augustine, propriétaire

Norma Augustine, éducatrice

Gary Farmer, président

Mark MacLeod, directeur

« Collideascope Entertainment »

Stephen Comeau, président

« East West Media »

Richard Zurawski, président

La Guilde canadienne des réalisateurs

Mark Laing, président

« Nova Scotia Film & Television Producers Association »		
Sonya Jampolsky, présidente		
« University of King's College »		
Stephen Kimber, « Director and Associate Professor of Journalism »		
Bruce Wark, « Associate Professor of Journalism »		
« Digital Bliss Inc. »	30/04/2002	57
Paul Rigg, président		
Fédération acadienne de la Nouvelle-Écosse		
Jean Léger, directeur général		
« IMX Communications »		
Chris Zimmer, président		

Charlottetown, Île-du-Prince-Édouard

À titre individuel	01/05/2002	58
David Helwig, auteur		
George Park, anthropologue		
Brian Pollard, producteur		
« Cellar Door Productions »		59
Gretha Rose, présidente		
La Guilde canadienne des médias		
Ian Petrie, président		
« Legislative Assembly of Prince Edward Island »		
Wes MacAleer, « MLA »		
Société Saint-Thomas d'Aquin		
Maria Bernard, présidente		
Dominic Langlois, agent de liaison		
Syndicat canadien des communications, de l'énergie et du papier		
Steve Stapleton, président		
Dan Viau, président		

Moncton, Nouveau-Brunswick

Association des radios communautaires acadiennes du Nouveau-Brunswick	02/05/2002	60
Roland Bryar, directeur général		
Roger Ouellette, président		
CJSE Radio		
Gilles Arsenault, directeur		
Radio Miracadie		
Daniel Lévesque, coordinateur		
« Rogers Cable Inc. »	02/05/2002	60
Pierre Fortin, gestionnaire régional		
Ken Marshall, vice-président et directeur général		
Christiane Vaillancourt, « Municipal Industry and Community Relations »		
Julie Vaillancourt, gestionnaire		
Société des acadiens et acadiennes du Nouveau-Brunswick		
Jean-Marie Pitre		
Robert Thibeault, président		
À titre individuel		
Maxim Atanassov		
Patrick Flanagan		
Alf Walker		

Ottawa, Ontario

« BCE — Bell Canada Enterprises »	07/05/2002	61
Bernard Courtois, conseiller exécutif		
Alain Gourd, vice-président en chef		
Sheridan Scott, agent en chef, Règlements		
Bureau de la concurrence		
Gwillym Allen, économiste principal et conseiller en politiques		
Gaston Jorré, sous-commissaire principal de la concurrence		
Konrad von Finckenstein, commissaire de la concurrence		

« Alliance of Canadian Cinema, Television and Radio Artists (ACTRA) »	09/05/2002	63
Thor Bishopric, président		
Garry Neil, conseiller en politique		
R.H. Thomson, acteur, rédacteur et diffuseur		
Association canadienne de production de film et télévision	09/05/2002	63
Stephen Ellis, président du conseil d'administration		
Julia Keatley, producteur exécutif		
Ira Levy, membre du conseil d'administration		
Elizabeth McDonald, présidente et directrice générale		
« Canadian Independent Film Caucus »		
Barri Cohen, président national		
Sandy Crawley, directrice exécutive		
Andrea Nemtin, membre du conseil exécutif		
« ProMedia International Inc. »		
Hamlin Grange, président		
Cynthia Reyes, vice-présidente		
Regroupement pour la création de crédits d'impôt pour les publicités canadiennes		
Thor Bishopric, membre		
Rupert Brendon, président		
Garry Neil, conseiller politique		
Robert Reaume, vice-président		
Association canadienne des distributeurs de films	21/05/2002	64
Douglas Frith, président		
Susan Peacock, vice-présidente		
Association de l'industrie de l'enregistrement		
Brian Robertson, président		
Ken Thompson, vice-président et avocat-conseil		
« Canadian Independent Record Production Association »		
Alexander Mair, membre du conseil		

Conseil provincial du secteur des communications du Syndicat canadien de la fonction publique	21/05/2002	64
Bernard Chabot, membre, Syndicat des employés de TVA-Québec (CUPE, local 2252)		
Jacques Denommé, vice-président, Télévision par câble, « Communication Provincial Council (CUPE) »		
Armand Dubois, membre		
Réal Leboeuf, président, Syndicat des employés de TVAMontréal (CUPE local 687)		
Jacqueline Turgeon, présidente, « Communication Provincial Council (CUPE) »		
« Independent Film & Video Alliance »		
Peter Sandmark, directeur national		
La Guilde canadienne des réalisateurs		
Pamela Brand, directrice nationale		
Alan Goluboff, président		
Peter Grant, partenaire		
Société canadienne des auteurs, compositeurs et éditeurs de musique		
Alexina Louie, compositeure de musique classique		
Paul Spurgeon, vice-président		
Gilles Valiquette, président		
Syndicat canadien des communications, de l'énergie et du papier		
Peter Murdoch, vice-président, Médias		
Michael Sullivan, représentant national		
« Writers' Guild of Canada »		
Jefferson Lewis, vice-président		
Jim McKee, directeur, Politiques et Communications		
Maureen Parker, directrice exécutive		
« Keeble Consulting »	22/05/2002	65
David Keeble, consultant		
Bureau pour les victimes d'actes criminels	23/05/2002	66
Priscilla de Villiers, conseillère spéciale		
Scott Newark, conseiller juridique spécial		

Société civile des auteurs multimédia (SCAM),
Société des auteurs et compositeurs dramatiques (SACD)

Benoit Clermont, avocat de la SACD-SCAM

Luc Dionne, président

Elisabeth Schlittler, déléguée générale au Canada

À titre individuel

Valerie Smith, activiste communautaire

37e Législature — 2e Session
Système de radiodiffusion canadien

« Aboriginal Peoples Television Network »	21/11/2002	4
Deanie Kolybabi, directeur		
À titre individuel		
Bart Beaty, professeur adjoint		
John Meisel, professeur émérite		
Karim Karim, professeur agrégé		
Kirk Lapointe, journaliste		
Rebecca Sullivan, professeure agrégée		
Will Straw, professeur agrégé		
Association canadienne de production de films et télévision	26/11/2002	5
Guy Mayson, vice-président en chef, Opérations et services aux membres		
Elizabeth McDonald, présidente et directrice générale		
« BCE — Bell Canada Enterprises »		
Bernard Courtois, conseiller exécutif		
Alain Gourd, vice-président en chef		
« CanWest Global Communications Corp. »	26/11/2002	5
Geoffrey Elliot, vice-président		
Kenneth Goldstein, vice-président directeur et agent en chef en stratégie		

« **Friends of Canadian Broadcasting** »		
Ian Morrison, porte-parole		
À titre individuel		
Marc-François Bernier, professeur		
Matthew Fraser, professeur en communication		
« **Aboriginal Multi-Media Society of Alberta** »	27/11/2002	6
Bert Crowfoot, directeur général		
« **Aboriginal Peoples Television Network** »		
Catherine Ann Martin, secrétaire		
« **Inuit Broadcasting Corporation** »		
Debbie Brisebois, directrice exécutive		
Paul Quassa, producteur principal		
« **Inuvialuit Communications Society** »		
Wendy Smith, directrice exécutive		
« **James Bay Cree Communications Society** »		
Raymond Menarick, président		
« **Native Communications Incorporated** »		
Dave McLeod, directeur exécutif		
« **Native Communications Society of the Western N.W.T.** »		
Elizabeth Sabet-Biscaye, directrice exécutive		
« **Northern Native Broadcasting, Yukon** »		
Shirley Adamson, directrice générale		
Société de communication Atikamekw-Montagnais		
Bernard Hervieux, directeur général		
Société Radio-Canada	27/11/2002	6
Cathie Bolstad, directrice régionale		
Peter Skinner, directeur de programme		
« **Taqramiut Nipingat Incorporated** »		
George Kakayuk, président		

Association canadienne de la télévision par câble	28/11/2002	7
Janet Yale, présidente et directrice générale		
COGECO Inc.		
Louis Audet, président et chef de la direction		
« **Friends of Canadian Broadcasting** »		
Ian Morrison, porte-parole		
« **Rogers Cable Inc.** »		
John Tory, président et chef de la direction		
« **Shaw Communications Inc.** »		
Jim Shaw, chef de la direction		
Association des producteurs de films et de télévision du Québec (APFTQ)	03/12/2002	8
Claire Samson, présidente-directrice générale		
Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo (ADISQ)		
Solange Drouin, vice-présidente aux affaires publiques et directrice générale		
Société professionnelle des auteurs et des compositeurs du Québec		
Francine Bertrand-Venne, directrice générale		
Syndicat canadien des communications, de l'énergie et du papier		
Martin Mittelstaedt, président		
Peter Murdoch, vice-président, Médias		
Union des artistes		
Anne-Marie Des Roches, directrice des affaires publiques		
« **Alliance Atlantis Communications Inc.** »	04/12/2002	9
Michael MacMillan, président et directeur général		
Phyllis Yaffe, chef de la direction		
« **Astral Media inc.** »		
André Bureau, président du Conseil		

Coalition contre le vol des signaux satellite		
Elizabeth McDonald, présidente et chef de la direction, Association canadienne de production de films et de télévision		
Luc Perreault, président		
Janet Yale, présidente et chef de la direction, Association canadienne de télévision par câble		
Guilde des employés de journaux du Canada		
Arnold Amber, directeur		
Jan Ravensbergen, membre		
La Guilde Canadienne des médias		
Lise Lareau, présidente		
Télévision CHUM		
Peter Miller, vice-président		
À titre individuel	05/12/2002	10
John Miller, professeur, directeur de « Newspaper Journalism »		
Tom Kent, « fellow »		
Wilson Southam, « Past Director, Southam Inc. »		
Conférence canadienne des arts	10/12/2002	11
Megan Williams, directrice générale		
« Glennie Stamnes Strategy »		
Dean Butler, directeur, Services aux médias, et président du Conseil des médias de Vancouver		
La Fédération nationale des communications		
Chantal Larouche, présidente		
Pierre Roger, secrétaire général		
TéléCentre Drummondville		
Michel Morin, président du conseil d'administration et directeur de l'information	10/12/2002	11
À titre individuel		
Gaëtan Tremblay, professeur en communication		
Paul Boin, aide-professeur, Études en communication		

Bureau de la concurrence	12/12/2002	12
Dennis Corriveau, agent principal du droit de la concurrence		
Sally Southey, commissaire adjointe aux communications		
Konrad von Finckenstein, commissaire de la concurrence		
Ann Wallwork, conseillère spéciale au commissaire		
Coalition pour la diversité culturelle		
Robert Pilon, vice-président exécutif		
Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes		
Charles Dalfen, président		
William Howard, conseiller juridique principal		
Jacques Langlois, directeur général		
Groupe de consultations sectorielles sur le commerce extérieur — Secteur de la culture		
Ken Stein, président du GCSCE dans le secteur de la culture et vice-président, Affaires de la société et réglementaires, Shaw Communications		
« International Network for Cultural Diversity »		
Garry Neil, coordinateur		
Ministère du Patrimoine canadien		
Denny Gélinas, directeur général		
Barbara Motzney, directrice		
À titre individuel		
Ivan Bernier, professeur, Faculté de droit, Université Laval		
Peter Grant, associé principal, McCarthy Tétreault		

37e Législature — 1re session
Projet de loi C-48, Loi modifiant la Loi sur le droit d'auteur

Ministère de l'Industrie	29/05/2002	68
Bruce Couchman, analyste principal légal		
Michèle Gervais, directrice		
Anna Marie Labelle, avocate-conseil		

Ministère du Patrimoine canadien		
Michael Hinsl, analyste principal des politiques		
Jeff Richstone, conseiller juridique		
Bruce Stockfish, directeur général		
Michael Wernick, Sous-ministre délégué		
Association canadienne de la télévision par câble	30/05/2002	69
Gerald (Jay) Kerr-Wilson, avocat principal		
Janet Yale, présidente et directrice générale		
Association canadienne des fournisseurs Internet		
Jay Thomson, président		
Association canadienne de radiodiffuseurs		
Sylvie Courtemanche, vice-présidente exécutive		
David Goldstein, vice-président		
Glenn O'Farrell, président et chef de la direction		
Erica Redler, avocate générale et première vice-présidente		
« **National Association of Broadcasters (U.S.)** »		
Ben Ivins, « Senior Associate General Counsel »		
Société canadienne des auteurs, compositeurs et éditeurs de musique		
Paul Spurgeon, vice-président		
Association canadienne de production de films et télévision	04/06/2002	70
Beatrice Raffoul, vice-présidente		
Stephen Stohn, président		
Association canadienne des distributeurs de films		
Douglas Frith, président		
Susan Peacock, vice-présidente		
Association de l'industrie de l'enregistrement		
Brian Robertson, président		
Ken Thompson, vice-président et avocat-conseil		
« **JUMP TV** »		
Sunny Handa, avacat légal		
Farrell Miller, président		

« FWS Joint Sports Claimants Inc. »	06/06/2002	72
Gregory Piasetzki, conseiller juridique		
Ligue nationale de football		
Jeff Pash, vice-président directeur et avocat général		
Ligue nationale de hockey	11/06/2002	73
William Daly, vice-président exécutif et conseiller juridique en chef		
Douglas Perlman, vice-président principal		
Conseil national de recherches Canada		
Larry Korba, chef d'équipe		
« Danara Software Systems »		
Dan O'Hara, architecte technique principal		
Ministère de l'Industrie		
Bruce Couchman, analyste principal légal		
Michèle Gervais, directrice		
Anna Marie Labelle, avocate-conseil		
Ministère du Patrimoine canadien		
Denis Gratton, gestionnaire		
Michael Himsl, analyste principal des politiques		
Jeff Richstone, conseiller juridique		
Bruce Stockfish, directeur général		
« Quova Inc. »	11/06/2002	73
Chris Herringshaw, fondateur et agent en chef des technologies		
Ministère de l'Industrie	13/06/2002	74
Bruce Couchman, analyste principal légal		
Michèle Gervais, directrice		
Anna Marie Labelle, avocate-conseil		
Ministère du Patrimoine canadien		
Michael Himsl, analyste principal des politiques		
Jeff Richstone, conseiller juridique		

Bruce Stockfish, directeur général		
Ministère de l'Industrie	17/06/2002	75
Elizabeth Britt, avocate-conseil		
Michèle Gervais, directrice		
Ministère du Patrimoine canadien		
Denis Gratton, gestionnaire		
Michael Himsl, analyste principal des politiques		
Jeff Richstone, conseiller juridique		
Bruce Stockfish, directeur général		

37e Législature — 1re Session
Projet de Loi S-7, Loi modifiant la Loi sur la radiodiffusion

Association canadienne de la télévision par câble	10/04/2002	48
Nick Masciantonio, directeur, Relations gouvernementales		
Elizabeth Roscoe, vice-présidente, Relations extérieures		
Association canadienne des radiodiffuseurs		
Sylvie Courtemanche, vice-présidente exécutive		
David Goldstein, vice-président		
Chambre des communes		
John Harvard, député, Charleswood—St. James—Assiniboia		
CRTC		
Jean-Pierre Blais, directeur exécutif, Radiodiffusion		
Allan Rosenzveig, avocat-général		
Ministère du Patrimoine canadien	17/04/2002	51
Larry Durr, directeur		
Marc O'Sullivan, directeur général		
Michael Wernick, sous-ministre délégué		
Ministère du Patrimoine canadien	28/05/2002	67
Mario Lepage, avocat		
Marc O'Sullivan, directeur général		

ANNEXES

Annexe 21
Liste des mémoires

37e Législature, 1re Session

« Aboriginal Peoples Television Network »

« Alliance Atlantis Communications Inc. »

Alliance des radios communautaires du Canada

« Alliance of Canadian Cinema, Television and Radio Artists (ACTRA) »

« AOL Time Warner Inc. »

Assemblée communautaire fransaskoise

Association canadienne de la télévision par câble

Association canadienne de production de film et télévision

Association canadienne des annonceurs

Association canadienne des distributeurs de films

Association canadienne des fournisseurs Internet

Association canadienne des radiodiffuseurs

Association canadienne-française de l'Alberta

Association canadienne-française de l'Ontario

Association de l'industrie de l'enregistrement

Association des radiodiffuseurs communautaires du Québec

Association des radios communautaires acadiennes du Nouveau-Brunswick

Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo

Astral Média inc.

« BCE — Bell Canada Enterprises »

Wilson Blair

Paul Boin

Bureau de certification des produits audio-visuels canadiens

Bureau de la concurrence

Bureau pour les victimes d'actes criminels

« Canadian Actors' Equity Association »

« Canadian Association of Black Journalists »

« Canadian Association of the Deaf »

« Canadian Independent Film Caucus »

« Canadian Independent Record Production Association »

« Canadian International DX Club »

« Canadian Media Guild and the Newspaper Guild Canada »

« Canadian Press/Broadcast News (The) »

« Canadian Race Relations Foundation »

« CanWest Global Communications Corp. »

Centre de recherche et d'expertise en journalisme

Centre de recherche-action sur les relations raciales

Centre de recherches sur les communications Canada

Raynald Charest

« Christian Communications Consultants »

« CHUM Limited »

CISE Radio

Joe Clark

Coalition de l'action pour la famille au Canada

COGECO Inc.

« Communications and Diversity Network »

« Community Media Education Society »

« Concerned Children's Advertisers »

Confédération des syndicats nationaux

Conférence canadienne des arts

Congrès Ibéroaméricain du Canada

Conseil canadien des normes de la radiotélévision

Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes

Conseil Ethnoculturel du Canada

Conseil provincial du secteur des communications du Syndicat canadien de la fonction publique

Coopérative Radiophonique de Toronto

Corporation de Télédiffusion du Grand Châteauguay inc.

« Corus Entertainment Inc. »

« Craig Broadcast Systems Inc. »

Patrick Crawley

Roger Davies

« Digital Bliss Inc. »

Alison Dinwoodie

Shyla Dutt

Catherine Edwards

Évaluation — Médias

Fédération des communautés francophones et acadienne du Canada

Fédération des francophones de la Colombie-Britannique

Fédération des télévisions communautaires autonomes du Québec

Fédération nationale des communications

« Filmmakers' Association of Visible and Ethnic Minorities »

« First Nations Independent Producers »

«Focus on the Family»

Fonds canadien de télévision

Fonds canadien du film et de la vidéo indépendants

« Friends of Canadian Broadcasting »

Mack Furlong

Jean-Robert Gauthier (sénateur)

Impératif français

« Independent Film & Video Alliance »

La Guilde canadienne des réalisateurs

Mouvement des Intervenants et Intervenantes en Communications Radio de l'Ontario

« Neil Craig Associates »

Office national du film

« Open Learning Agency »

ProMedia International Inc.

Radio Canada International

« Ravens and Eagles Productions Ltd. »

« REAL Women of Canada »

Regroupement pour la création de crédits d'impôt pour les publicités canadiennes

Réseau des communications de la Saskatchewan

Réseau éducation — Médias

Réseau francophone d'Amérique (Le)

« Rogers Communications Inc. »

Andrew Schuck

Valerie Smith

Société canadienne des auteurs, compositeurs et éditeurs de musique

Société des auteurs et compositeurs dramatiques/Société civile des auteurs multimédia

Société d'implantation de la radio numérique Inc.

Société Radio-Canada

« Squamish Nation »

« St. John's Folk Arts Council »

Syndicat canadien des communications, de l'énergie et du papier

Téléfilm Canada

Telesat Canada

« Toronto Arts Council »

« Torstar Corporation »

TV Ontario

« Vancouver Association of Chinese Canadians »

« Vision TV »

« Women for Life, Faith and Family »

Writers Guild of Canada

37e Législature — 1re Session
Projet de Loi C-48, *Loi modifiant la Loi sur le droit d'auteur*

Aliant Telecom Inc.

Association canadienne de la télévision par câble

Association canadienne des distributeurs de films

Association canadienne des radiodiffuseurs

FWS Joint Sports Claimants Inc.

Ligue Nationale de Hockey

National Association of Broadcasters (U.S.)

37e Législature — 1re Session
Projet de Loi S-7, *Loi modifiant la Loi sur la radiodiffusion*

Association canadienne des radiodiffuseurs

Bell Globemedia Inc.

37e Législature — 2e Session
Système de radiodiffusion canadien

Aboriginal Peoples Television Network

Agence de soutien du personnel des Forces canadiennes

Graeme Anning

Association canadienne de la télévision par câble

Marc-François Bernier

Paul Boin

Canadian Development Institute

CanWest Global Communications Corp.

Circuit

Coalition contre le vol des signaux satellite

Fédération nationale des communications

Green Lion Productions Inc.

Inuit Broadcasting Corporation

Inuvialuit Communications Society

Christopher Maule

Ministère de la Culture, de la Langue, des Aînés et de la Jeunesse du Nunavut

Nos ondes publiques

SaskFilm and Video Development Corporation

Squamish Nation

TéléCentre Drummondville

Gaetan Tremblay

Wawatay Native Communications Society

ANNEXES

Annexe 22
Endroits visités

5 février 2002

TORONTO, ON	CHUM Television 229, rue Queen O.
	ROGERS Communications Inc. 855, chemin York Mills
	VISION TV 80, rue Bond
	CORUS Entertainment 32, avenue Atlantic

6 février 2002

TORONTO, ON	SRC 250, rue Front O.
	BellGlobemedia 9, Channel Nine Court, Agincourt

7 février 2002

MONTRÉAL, QC	SRC 1400, boul. René-Lévesque
	Office National du Film 1564, rue St-Denis

26 février 2002

VANCOUVER, CB	BCTV/Global 7850, rue Enterprise, Burnaby
	SRC 700, rue Hamilton

27 février 2002

EDMONTON, AB

Craig Broadcast Systems A-Channel
10212, avenue Jasper

28 février 2002

REGINA, SK

Rawlco Communications
2401, promenade Saskatchewan

Access Communications
2250, rue Park

SRC
2440, rue Broad

1 mars 2002

WINNIPEG, MB

Aboriginal Peoples Television Network (APTN)
339, avenue Portage

SRC
541, avenue Portage

Global Specialty Broadcast Centre
Suite 2100, 1, place Lombard

29 avril 2002

ST. JEAN, TN

Rogers Television Studios
58, chemin Kenmore
Centre Woodgate

30 avril 2002

HALIFAX, NE

SRC
1840, chemin Bell, 5600, rue Sackville

Collideascope
5212, rue Sackville, Suite 400

Citadel Productions
1583, rue Hollis

	Digital Bliss 1583, rue Hollis
2 mai 2002	
MONCTON, NB	Rogers Atlantic 70, boul. Assumption
3 mai 2002	
MONTRÉAL, QC	Astral Media Broadcast Centre 1616, boul. René Lévesque O. Suite 300
	Mix 96 — CHAD et CHOM Radio 1411, rue du Fort
	Astral Media 2100, rue Ste-Catherine O. 2e Étage
	Pixcom Group Inc. 1720, rue du Canal
	TVA 1600, boul. de Maisonneuve Est

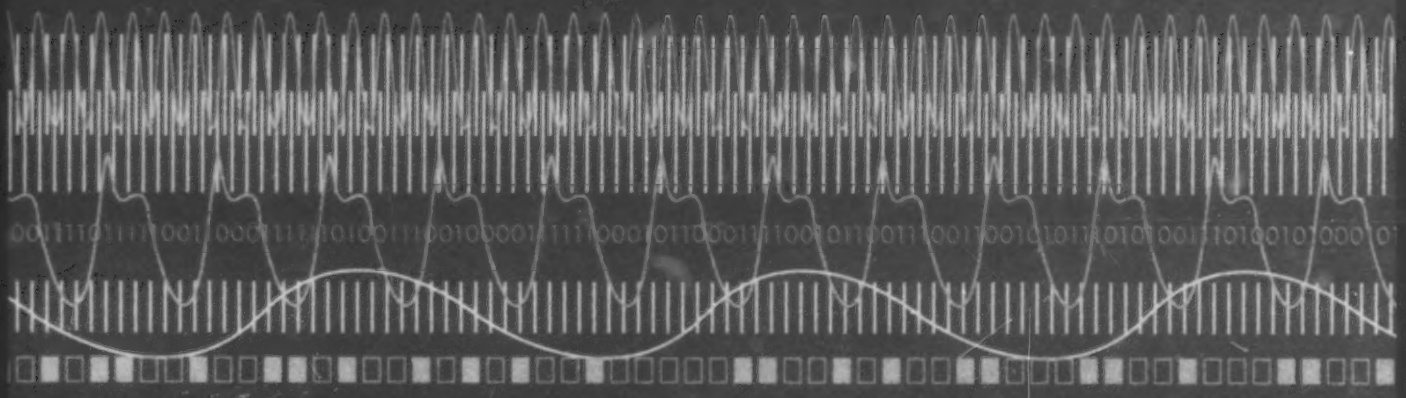
APPENDICES

Demande de réponse du gouvernement

Opinion dissidente de l'Alliance canadienne

Opinion complémentaire du Bloc Québécois

Procès-verbal



APPENDICES

Demande de réponse du gouvernement

Conformément à l'article 109 du Règlement, le Comité prie le gouvernement de déposer une réponse globale à ce rapport.

Un exemplaire des procès-verbaux pertinents (*1re Session, séance nos 11, 12, 17, 25-29, 31-41, 46-75, 2e Session, séance nos 1-12, 22-34, 36-38, incluant le présent rapport*) est déposé.

Respectueusement soumis,

Le président,
Clifford Lincoln, député

APPENDICES

Opinion dissidente de l'Alliance canadienne

Sortir des sentiers battus
Examen de la *Loi sur la radiodiffusion*

Jim Abbott, député
Porte-parole de l'Alliance canadienne en matière de patrimoine canadien
Juin 2003

1.0 Introduction :

Nous vivons dans une période de grands bouleversements.

Les nouvelles technologies ont créé un environnement qui donne aux Canadiens plus de choix d'émissions de radio et de télévision que jamais auparavant. Un choix accru signifie toutefois que les auditoires de chaque service sont plus petits qu'il y a dix ans.

Les entreprises de radiodiffusion ont adopté diverses stratégies pour faire face à la fragmentation des auditoires. Certaines essaient de se transformer en conglomérat médiatique, d'autres tentent d'augmenter leur clientèle au moyen de la propriété croisée. Personne ne sait encore dans quelle mesure l'une ou l'autre solution fonctionnera. L'Alliance canadienne (AC) est convaincue que la prochaine décennie comportera d'incroyables possibilités.

L'AC est heureuse d'avoir pu participer activement aux audiences du Comité permanent du patrimoine canadien. Nous apprécions grandement d'avoir pu rencontrer les témoins et visiter différentes régions du pays. Nous sommes pleinement conscients de la longue histoire de la radiodiffusion au Canada qui a produit des règles et règlements très complexes qui régissent l'industrie.

Le cadre de réglementation actuel limite et étouffe la créativité et le potentiel des Canadiens. L'AC attendait cet examen avec impatience parce qu'elle estimait que nous devions sortir des sentiers battus.

Plus précisément, les travaux du Comité étaient entravés par trois postulats qui étaient valables dans le passé, mais qui sont aujourd'hui contestables compte tenu de l'évolution du système canadien de radiodiffusion. Deux de ces postulats étaient que le Canada a besoin d'un cadre de réglementation très détaillé pour régir les définitions relatives au contenu canadien et que la SRC joue aujourd'hui un rôle aussi important que dans le passé. Le troisième postulat avance que la réglementation peut réussir à assujettir les Canadiens à un système canadien et à attirer des auditoires pour les émissions canadiennes. C'était peut-être le cas autrefois, mais il faut aujourd'hui penser à l'avenir.

Le Comité a décidé d'inclure dans ses travaux des conseillers qui n'ont pas participé pleinement aux visites dans les régions ni aux nombreuses audiences du Comité. Ils n'ont pu prendre connaissance des véritables faits présentés dans le cadre de l'étude. Ces conseillers ont des points de vue bien connus sur la SRC et la place qu'elle occupe dans le système canadien de radiodiffusion. En conséquence, de nombreuses parties du rapport intitulé *Notre souveraineté culturelle* sont simplement un développement de certains aspects du statu quo.

Que veulent les Canadiens? En raison de contraintes temporelles et financières, le Comité n'a pas sondé l'opinion publique. Les observations des représentants de l'industrie et des groupes ayant des opinions précises étaient parfois utiles. Toutefois, le Comité a travaillé sans disposer d'information sur les auditeurs.

Après avoir soigneusement examiné les témoignages des personnes qui ont comparu devant le Comité et l'information provenant des consommateurs, l'AC arrive à la conclusion que les Canadiens veulent un accès illimité à une vaste gamme d'émissions de télévision provenant du monde entier. Parallèlement, ils souhaitent avoir accès à des émissions canadiennes de qualité (des nouvelles locales, des émissions de sport ou de musique ou des dramatiques) en français et en anglais.

Les Canadiens devraient être en mesure de choisir les émissions qu'ils préfèrent et d'avoir accès à un vaste choix à cet égard.

Dans le présent rapport minoritaire, nous soumettons des propositions novatrices qui aideront le Canada à relever les défis qui s'annoncent.

Les audiences qui ont abouti à la production du rapport *Notre souveraineté culturelle* nous ont fourni suffisamment d'information pour nous permettre de sortir des sentiers battus et les propositions que nous présentons sont fondées sur cette information.

2.0 Contenu canadien

Le système actuel, qui est conçu pour promouvoir le contenu canadien, est lourd et donne peu de résultats. Les témoignages concernant les problèmes relatifs à la structure actuelle utilisée pour définir et appuyer le contenu canadien sont bien présentés au chapitre 5 de *Notre souveraineté culturelle*.

> 8 juin 1999
> Déclaration de Jack Valenti, président-directeur général, Motion Picture Association
>
> *Les industries américaines tributaires du droit d'auteur se sont classées au premier rang en matière d'exportations américaines en 1996. Ensemble, ces industries ont réalisé des ventes à l'étranger et des exportations totalisant 60,18 milliards de dollars, dépassant tous les autres secteurs des exportations, notamment ceux des véhicules automobiles, de l'agriculture et des aéronefs. L'industrie cinématographique américaine a généré à elle seule approximativement 12 milliards de dollars de recettes étrangères en 1997.*

Manifestement, la création d'émissions canadiennes originales est importante, mais il est impossible de déterminer qui peut juger de ce qui est canadien. Les efforts pour tenter de trouver une solution au problème ont donné lieu à des bureaucraties qui ne sont soumises à aucun contrôle, qui appliquent des définitions nébuleuses de ce qu'est le contenu canadien et qui paralysent ainsi l'innovation créatrice.

Après avoir appris que la production télévisuelle et cinématographique du Canada stagnait cette année, le réalisateur Ivan Reitman a blâmé les producteurs qui sont trop préoccupés par l'obtention de subventions gouvernementales et qui sont obsédés par la définition du contenu canadien.

Ottawa Citizen (*7 février 2003*) — « *C'est peut-être un manque de vision* », *a déclaré M. Reitman.* « *Est-il dû à une dépendance excessive par rapport aux transactions fiscales et au cinéma institutionnalisé et subventionné par le gouvernement? Découle-t-il d'une crainte injustifiée et mal canalisée de voir notre culture engloutie?* »

Les producteurs canadiens mettent l'accent sur les points de contenu qui définissent les projets suffisamment canadiens pour être admissible à une aide financière fédérale. En conséquence, selon M. Reitman, on ne réalise pas de films pour le vrai monde et on oublie l'auditoire. « *À ce que je sache, le Canada et la France sont les seuls pays où les réalisateurs parlent autant de nationalité dans leur art* », *a déclaré M. Reitman, en faisant remarquer que les auditoires veulent savoir si un film est intéressant, pas s'il est canadien. M. Reitman a déclaré à l'Association canadienne de production de film et de télévision (ACPFT) qu'il n'y a pas lieu de croire que la culture canadienne puisse être engloutie : elle est trop variée.* » (*Les propos de M. Reitman ont été accueillis par une ovation lors de la réception de l'ACPFT.*)

Laszlo Barna, dont l'entreprise produit la populaire émission dramatique *DaVinci's Inquest*, mentionne que les critères relatifs aux émissions typiquement canadiennes, selon lesquels des décors canadiens reconnaissables garantissent l'admissibilité d'une production à une aide financière, sont un exemple qui démontre que les règles sont devenues trop superficielles. Il a déclaré : *Nous risquons de transformer ces critères en un système de quotas visuels. Nous ne voulons pas emprunter une voie où les composantes canadiennes ne sont plus que des icônes et n'ont aucune substance.* (*National* Post, 20 avril 2002)

La définition actuelle du contenu canadien détermine l'admissibilité à divers programmes de soutien public (notamment le Fonds de financement des longs métrages de Téléfilm Canada, le Fonds canadien de télévision et les crédits d'impôt) et évalue la conformité des télédiffuseurs avec les règlements du CRTC.

Ottawa Citizen (15 avril 2003)

Les radiodiffuseurs et les producteurs canadiens protestaient vivement hier après avoir appris qu'un organisme de financement de la télévision surchargé avait rejeté les deux tiers des propositions d'émission pour la saison prochaine. La décision entraînera une baisse d'environ 300 heures d'émissions canadiennes originales.

Le Comité a décidé d'inclure dans ses travaux des conseillers qui n'ont pas participé pleinement aux visites dans les régions ni aux nombreuses audiences du Comité. Ils n'ont pu prendre connaissance des véritables faits présentés dans le cadre de l'étude. Ces conseillers ont des points de vue bien connus sur la SRC et la place qu'elle occupe dans le système canadien de radiodiffusion. En conséquence, de nombreuses parties du rapport intitulé *Notre souveraineté culturelle* sont simplement un développement de certains aspects du statu quo.

Que veulent les Canadiens? En raison de contraintes temporelles et financières, le Comité n'a pas sondé l'opinion publique. Les observations des représentants de l'industrie et des groupes ayant des opinions précises étaient parfois utiles. Toutefois, le Comité a travaillé sans disposer d'information sur les auditeurs.

Après avoir soigneusement examiné les témoignages des personnes qui ont comparu devant le Comité et l'information provenant des consommateurs, l'AC arrive à la conclusion que les Canadiens veulent un accès illimité à une vaste gamme d'émissions de télévision provenant du monde entier. Parallèlement, ils souhaitent avoir accès à des émissions canadiennes de qualité : des nouvelles locales, des émissions de sport ou de musique ou des dramatiques, en français et en anglais.

Les Canadiens devraient être en mesure de choisir les émissions qu'ils préfèrent et d'avoir accès à un vaste choix à cet égard.

Dans le présent rapport minoritaire, nous soumettons des propositions novatrices qui aideront le Canada à relever les défis qui s'annoncent.

Les audiences qui ont abouti à la production du rapport *Notre souveraineté culturelle* nous ont fourni suffisamment d'information pour nous permettre de sortir des sentiers battus et les propositions que nous présentons sont fondées sur cette information.

2.0 Contenu canadien

Le système actuel, qui est conçu pour promouvoir le contenu canadien, est lourd et donne peu de résultats. Les témoignages concernant les problèmes relatifs à la structure actuelle utilisée pour définir et appuyer le contenu canadien sont bien présentés au chapitre 5 de *Notre souveraineté culturelle*.

> 8 juin 1999
> Déclaration de Jack Valenti, président-directeur général, Motion Picture Association :
>
> *Les industries américaines tributaires du droit d'auteur se sont classées au premier rang en matière d'exportations américaines en 1996. Ensemble, ces industries ont réalisé des ventes à l'étranger et des exportations totalisant 60,18 milliards de dollars, dépassant tous les autres secteurs des exportations, notamment ceux des véhicules automobiles, de l'agriculture et des aéronefs. L'industrie cinématographique américaine a généré à elle seule approximativement 12 milliards de dollars de recettes étrangères en 1997.*

Manifestement, la création d'émissions canadiennes originales est importante, mais il est impossible de déterminer qui peut juger de ce qui est canadien. Les efforts pour tenter de trouver une solution au problème ont donné lieu à des bureaucraties qui ne sont soumises à aucun contrôle, qui appliquent des définitions nébuleuses de ce qu'est le contenu canadien et qui paralysent ainsi l'innovation créatrice.

> Après avoir appris que la production télévisuelle et cinématographique du Canada stagnait cette année, le réalisateur Ivan Reitman a blâmé les producteurs qui sont trop préoccupés par l'obtention de subventions gouvernementales et qui sont obsédés par la définition du contenu canadien.
>
> *Ottawa Citizen* (7 février 2003) — « *C'est peut-être un manque de vision* », *a déclaré M. Reitman.* « *Est-il dû à une dépendance excessive par rapport aux transactions fiscales et au cinéma institutionnalisé et subventionné par le gouvernement? Découle-t-il d'une crainte injustifiée et mal canalisée de voir notre culture engloutie?* »
>
> *Les producteurs canadiens mettent l'accent sur les points de contenu qui définissent les projets suffisamment canadiens pour être admissible à une aide financière fédérale. En conséquence, selon M. Reitman, on ne réalise pas de films pour le vrai monde et on oublie l'auditoire.* « *À ce que je sache, le Canada et la France sont les seuls pays où les réalisateurs parlent autant de nationalité dans leur art* », *a déclaré M. Reitman, en faisant remarquer que les auditoires veulent savoir si un film est intéressant, pas s'il est canadien. M. Reitman a déclaré à l'Association canadienne de production de film et de télévision (ACPFT) qu'il n'y a pas lieu de croire que la culture canadienne puisse être engloutie : elle est trop variée.* » *(Les propos de M. Reitman ont été accueillis par une ovation lors de la réception de l'ACPFT.)*
>
> Laszlo Barna, dont l'entreprise produit la populaire émission dramatique *DaVinci's Inquest*, mentionne que les critères relatifs aux émissions typiquement canadiennes, selon lesquels des décors canadiens reconnaissables garantissent l'admissibilité d'une production à une aide financière, sont un exemple qui démontre que les règles sont devenues trop superficielles. Il a déclaré : *Nous risquons de transformer ces critères en un système de quotas visuels. Nous ne voulons pas emprunter une voie où les composantes canadiennes ne sont plus que des icônes et n'ont aucune substance.* (*National Post*, 20 avril 2002)

La définition actuelle du contenu canadien détermine l'admissibilité à divers programmes de soutien public – notamment le Fonds de financement des longs métrages de Téléfilm Canada, le Fonds canadien de télévision et les crédits d'impôt – et évalue la conformité des télédiffuseurs avec les règlements du CRTC.

> *Ottawa Citizen* (15 avril 2003)
>
> Les radiodiffuseurs et les producteurs canadiens protestaient vivement hier après avoir appris qu'un organisme de financement de la télévision surchargé avait rejeté les deux tiers des propositions d'émission pour la saison prochaine. La décision entraînera une baisse d'environ 300 heures d'émissions canadiennes originales.

« C'est catastrophique, tout simplement catastrophique », a déclaré hier le chef de la production canadienne de CTV, Bill Mustos.

« C'est très décevant », a renchéri le chef de la programmation de la SRC, Slawko Klymkiw. « Cela démontre que le système ne réussit généralement pas très bien à bâtir une industrie canadienne viable. »

« Le gouvernement n'a pas compris à quel point cette légère modification du système à court préavis aurait de lourdes conséquences. En effet, 64 % des demandes ont été rejetées, ce qui représente dans une large mesure... de nombreuses émissions diffusées depuis longtemps », a déclaré hier un membre du groupe spécial, le producteur Paul Donovan.

Le budget fédéral de 2003 a retranché 25 millions de dollars au Fonds canadien de télévision, ce qui représente moins de 4 % des dépenses fédérales au titre des programmes et des crédits d'impôt offerts aux créateurs. Toutefois, l'incidence de cette compression est hors de proportion parce que le Fonds est le déclencheur de fonds publics et privés supplémentaires.

L'Alliance canadienne appuie les Canadiens qui produisent du contenu cinématographique et télévisuel. Elle veut créer un système plus simple. Elle veut supprimer les règles relatives au contenu canadien. Les subventions et les crédits d'impôt offerts à l'industrie canadienne du divertissement devraient être fondés sur l'importance de la participation de Canadiens.

L'Alliance canadienne croit en la collectivité des créateurs du Canada. Son principal objectif est de présenter des productions canadiennes à un plus vaste auditoire. Elle croit que le contenu canadien est une question liée au développement culturel. Elle a l'intention de permettre aux créateurs canadiens de rejoindre un auditoire international élargi grâce à la radiodiffusion.

3.0 Le radiodiffuseur public national (CBC/Société Radio-Canada)

L'Alliance canadienne fait remarquer le rôle historique que CBC et la SRC ont joué dans la vie des Canadiens et l'investissement que les contribuables canadiens ont toujours effectué.

L'Alliance canadienne maintiendrait le financement à long terme de la radio du radiodiffuseur public national.

3.1 La télévision de la SRC

L'Alliance canadienne tient à souligner la figure 4.13 du rapport *Notre souveraineté culturelle*. La part de l'auditoire du réseau anglais de la SRC est passée de 34,9 % en 1969 à 7,6 % en 2001-2002, ce qui est très révélateur. Une analyse plus exhaustive nous amène à conclure à une fragmentation sans précédent de l'auditoire. Tout porte à croire que cette fragmentation s'intensifiera considérablement dans un avenir prévisible.

Mark Starowicz, CBC, *The Great Media Shift* (10 février 2002) – *Nous avons maintenant plus de 70 canaux à Toronto, dont la plupart obtiennent 1 ou 2 % de la part d'auditoire. Les principaux réseaux sont aux prises avec une baisse constante. CTV possède 13 % du marché national. Global, qui diffuse encore plus d'émissions américaines, détient 8 %, et la CBC, 9 %. Il s'agit de parts d'auditoire modestes. En comparaison, A&E, chaîne spécialisée américaine ne possédant aucun service des informations ni aucune véritable infrastructure au Canada, accapare 4 % de l'auditoire canadien, soit près de la moitié de la part du radiodiffuseur national. La part d'auditoire de la plupart des autres chaînes spécialisées oscille entre 1 et 3 %.*

Étant donné cette fragmentation, il n'est plus possible de maintenir la position qui est expliquée dans *Notre souveraineté culturelle* et qui considère encore que la SRC constitue la pierre angulaire de la radiodiffusion au Canada.

Un récent sondage effectué par Compas montre que les Canadiens font autant confiance à CTV, à TVA et aux chaînes spécialisées qu'à la SRC. Selon l'Alliance canadienne, ces résultats signifient que les Canadiens ne considèrent plus que la SRC est l'unique rempart protégeant la culture et l'identité à la télévision. La SRC partage maintenant ce rôle avec d'autres radiodiffuseurs, dont les chaînes spécialisées.

La part d'auditoire des réseaux anglais permet de dégager certaines réalités brutales :

Sur une période de 24 heures	1997-1998	2001-2002
Chaînes spécialisées et payantes	31,2 %	46,1 %
SRC	9,8 %	7,6 %
Heures de grande écoute (de 19 h à 23 h)		
Chaînes spécialisées et payantes	26,2 %	39,6 %
SRC	10,8 %	9,4 %

National Post (1 février 2002)

Un ancien cadre supérieur de la Société Radio-Canada fait valoir que le radiodiffuseur public devrait fermer son réseau anglais de télévision dès que possible.

Robert O'Reilly, ancien directeur du service sur ondes courtes de la SRC, a signalé, lors d'un congrès de radiodiffuseurs à London, que les mauvaises cotes d'écoute au Canada anglais sont devenues un fardeau pour l'ensemble de la société de télévision.

« La télévision de la SRC ne rejoint plus les masses, elle agit comme une chaîne spécialisée offrant une programmation générale qui est loin de posséder la profondeur, l'envergure et l'imagination d'il y a une dizaine d'années », a souligné M. O'Reilly.

Il a ajouté que la télévision de SRC ne remplit plus sa mission de radiodiffuseur public et « devrait être fermée dans les plus brefs délais possibles avant qu'elle n'en arrive à menacer la survie de l'ensemble de l'entreprise ».

> « C'est catastrophique, tout simplement catastrophique », a déclaré hier le chef de la production canadienne de CTV, Bill Mustos.
>
> « C'est très décevant », a renchéri le chef de la programmation de la SRC, Slawko Klymkiw. « Cela démontre que le système ne réussit généralement pas très bien à bâtir une industrie canadienne viable. »
>
> « *Le gouvernement n'a pas compris à quel point cette légère modification du système à court préavis aurait de lourdes conséquences. En effet, 61 % des demandes ont été rejetées, ce qui représente dans une large mesure [...] de nombreuses émissions diffusées depuis longtemps* », a déclaré hier un membre du groupe spécial, le producteur Paul Donovan.

Le budget fédéral de 2003 a retranché 25 millions de dollars au Fonds canadien de télévision, ce qui représente moins de 4 % des dépenses fédérales au titre des programmes et des crédits d'impôt offerts aux créateurs. Toutefois, l'incidence de cette compression est hors de proportion parce que le Fonds est le déclencheur de fonds publics et privés supplémentaires.

L'Alliance canadienne appuie les Canadiens qui produisent du contenu cinématographique et télévisuel. Elle veut créer un système plus simple. Elle veut supprimer les règles relatives au contenu canadien. Les subventions et les crédits d'impôt offerts à l'industrie canadienne du divertissement devraient être fondés sur l'importance de la participation de Canadiens.

L'Alliance canadienne croit en la collectivité des créateurs du Canada. Son principal objectif est de présenter des productions canadiennes à un plus vaste auditoire. Elle croit que le contenu canadien est une question liée au développement culturel. Elle a l'intention de permettre aux créateurs canadiens de rejoindre un auditoire international élargi grâce à la radiodiffusion.

3.0 Le radiodiffuseur public national (CBC/Société Radio-Canada)

L'Alliance canadienne fait remarquer le rôle historique que CBC et la SRC ont joué dans la vie des Canadiens et l'investissement que les contribuables canadiens ont toujours effectué.

L'Alliance canadienne maintiendrait le financement à long terme de la radio du radiodiffuseur public national.

3.1 La télévision de la SRC

L'Alliance canadienne tient à souligner la figure 4.13 du rapport *Notre souveraineté culturelle*. La part de l'auditoire du réseau anglais de la SRC est passée de 34,9 % en 1969 à 7,6 % en 2001-2002, ce qui est très révélateur. Une analyse plus exhaustive nous amène à conclure à une fragmentation sans précédent de l'auditoire. Tout porte à croire que cette fragmentation s'intensifiera considérablement dans un avenir prévisible.

Mark Starowicz, CBC, *The Great Media Shift* (10 février 2002) – *Nous avons maintenant plus de 70 canaux à Toronto, dont la plupart obtiennent 1 ou 2 % de la part d'auditoire. Les principaux réseaux sont aux prises avec une baisse constante. CTV possède 13 % du marché national. Global, qui diffuse encore plus d'émissions américaines, détient 8 %, et la CBC, 9 %. Il s'agit de parts d'auditoire modestes. En comparaison, A&E, chaîne spécialisée américaine ne possédant aucun service des informations ni aucune véritable infrastructure au Canada, accapare 4 % de l'auditoire canadien, soit près de la moitié de la part du radiodiffuseur national. La part d'auditoire de la plupart des autres chaînes spécialisées oscille entre 1 et 3 %.*

Étant donné cette fragmentation, il n'est plus possible de maintenir la position qui est expliquée dans *Notre souveraineté culturelle* et qui considère encore que la SRC constitue la pierre angulaire de la radiodiffusion au Canada.

Un récent sondage effectué par Compas montre que les Canadiens font autant confiance à CTV, à TVA et aux chaînes spécialisées qu'à la SRC. Selon l'Alliance canadienne, ces résultats signifient que les Canadiens ne considèrent plus que la SRC est l'unique rempart protégeant la culture et l'identité à la télévision. La SRC partage maintenant ce rôle avec d'autres radiodiffuseurs, dont les chaînes spécialisées.

La part d'auditoire des réseaux anglais permet de dégager certaines réalités brutales.

Sur une période de 24 heures	1997-1998	2001-2002
Chaînes spécialisées et payantes	31,2 %	40,1 %
SRC	9,8 %	7,6 %
Heures de grande écoute (de 19 h à 23 h)		
Chaînes spécialisées et payantes	26,2 %	39,6 %
SRC	10,8 %	9,4 %

National Post (1 février 2002)

Un ancien cadre supérieur de la Société Radio-Canada fait valoir que le radiodiffuseur public devrait fermer son réseau anglais de télévision dès que possible.

Robert O'Reilly, ancien directeur du service sur ondes courtes de la SRC, a signalé, lors d'un congrès de radiodiffuseurs à London, que les mauvaises cotes d'écoute au Canada anglais sont devenues un fardeau pour l'ensemble de la société de télévision.

« La télévision de la SRC ne rejoint plus les masses, elle agit comme une chaîne spécialisée offrant une programmation générale qui est loin de posséder la profondeur, l'envergure et l'imagination d'il y a une dizaine d'années », a souligné M. O'Reilly.

Il a ajouté que la télévision de SRC ne remplit plus sa mission de radiodiffuseur public et « devrait être fermée dans les plus brefs délais possibles avant qu'elle n'en arrive à menacer la survie de l'ensemble de l'entreprise ».

Compte tenu des percées technologiques importantes, des choix offerts aux téléspectateurs et du fait qu'il faut retirer au gouvernement son rôle commercial dans ce domaine, nous restructurions la télévision de la SRC.

Exemple d'ingérence sur le marché canadien

Les recettes publicitaires des émissions de sport de la SRC sont supérieures aux dépenses, ce qui met le réseau financé par les contribuables en concurrence avec les radiodiffuseurs privés.

En 1999, les émissions sportives occupaient les créneaux suivants :

Télévision anglaise : 13 % de la programmation; 24 % de l'auditoire; 40 % des recettes publicitaires.

Télévision française : 8 % de la programmation; 6 % de l'auditoire; 16 % des recettes publicitaires.

La soirée du hockey constitue la principale source de recettes publicitaires de la SRC, la couverture des jeux olympiques rapportant également une rentrée de fonds. L'an passé, l'émission a rejoint en moyenne 1,16 million de téléspectateurs pendant la saison régulière et 1,733 million pendant la finale de la Coupe Stanley.

Dans le vrai monde des affaires, Molson a décidé de ne plus être le seul annonceur de bière de l'émission. « *C'est trop d'argent pour trop peu de téléspectateurs* », a fait savoir Dan O'Neill, président et PDG de Molson. Les recettes de l'émission télévisée sont bien inférieures à celles générées par les émissions portant sur d'autres sports professionnels. Le contrat de cinq ans, qui a commencé cette saison, vaudrait 300 millions de dollars.

Il est intéressant de remarquer que l'auditoire de la SRC a baissé de 11 % au cours de la première ronde des éliminatoires en 2003. Cependant, rien de ce qui précède n'interdit l'ingérence politique active dans la programmation des émissions sportives de la SRC.

Patrimoine canadien veut avoir des réponses en ce qui concerne les droits de radiodiffusion des matchs des Canadiens. Le réseau français de la SRC a abandonné la couverture des matchs. La ministre de Patrimoine canadien, qui est responsable de la société d'État, est « absolument furieuse » contre Robert Rabinovitch, président de la SRC, qui a laissé le réseau français abandonner les droits de radiodiffusion pancanadienne des matchs des Canadiens de Montréal le samedi soir. Le réseau français est tenu d'en assurer la radiodiffusion en raison de pressions politiques extrêmes. Selon la ministre de Patrimoine canadien, certains membres de la direction de la SRC et nombre de députés libéraux, la radiodiffusion du match des Canadiens par le réseau français le samedi soir constituait un outil puissant de promotion de l'unité nationale au Québec. (National Post – 3 juin 2002).

La participation de la SRC dans la radiodiffusion des jeux olympiques et des activités du sport professionnel constitue un exemple typique. Si la SRC se lance sur le marché commercial, pourquoi

Compte tenu des percées technologiques importantes, des choix offerts aux téléspectateurs et du fait qu'il faut retirer au gouvernement son rôle commercial dans ce domaine, nous restructurions la télévision de la SRC[1].

Exemple d'ingérence sur le marché canadien

Les recettes publicitaires des émissions de sport de la SRC sont supérieures aux dépenses, ce qui met le réseau financé par les contribuables en concurrence avec les radiodiffuseurs privés.

En 1999, les émissions sportives occupaient les créneaux suivants :

Télévision anglaise : 13 % de la programmation; 24 % de l'auditoire; 40 % des recettes publicitaires

Télévision française : 8 % de la programmation; 6 % de l'auditoire; 16 % des recettes publicitaires.

La soirée du hockey constitue la principale source de recettes publicitaires de la SRC, la couverture des Jeux olympiques rapportant également une rentrée de fonds. L'an passé, l'émission a rejoint en moyenne 1,16 million de téléspectateurs pendant la saison régulière et 1,733 million pendant la finale de la Coupe Stanley.

Dans le vrai monde des affaires, Molson a décidé de ne plus être le seul annonceur de bière de l'émission. « *C'est trop d'argent pour trop peu de téléspectateurs* », a fait savoir Dan O'Neill, président et PDG de Molson. Les recettes de l'émission télévisée sont bien inférieures à celles générées par les émissions portant sur d'autres sports professionnels. Le contrat de cinq ans, qui a commencé cette saison, vaudrait 300 millions de dollars.

Il est intéressant de remarquer que l'auditoire de la SRC a baissé de 11 % au cours de la première ronde des éliminatoires en 2003. Cependant, rien de ce qui précède n'interdit l'ingérence politique active dans la programmation des émissions sportives de la SRC.

Patrimoine canadien veut avoir des réponses en ce qui concerne les droits de radiodiffusion des matchs des Canadiens. Le réseau français de la SRC a abandonné la couverture des matchs. La ministre de Patrimoine canadien, qui est responsable de la société d'État, est « absolument furieuse » contre Robert Rabinovitch, président de la SRC, qui a laissé le réseau français abandonner les droits de radiodiffusion pancanadienne des matchs des Canadiens de Montréal le samedi soir. Le réseau français est tenu d'en assurer la radiodiffusion en raison de pressions politiques extrêmes. Selon la ministre de Patrimoine canadien, certains membres de la direction de la SRC et nombre de députés libéraux, la radiodiffusion du match des Canadiens par le réseau français le samedi soir constituait un outil puissant de promotion de l'unité nationale au Québec. (National Post – 3 juin 2002).

La participation de la SRC dans la radiodiffusion des Jeux olympiques et des activités du sport professionnel constitue un exemple typique. Si la SRC se lance sur le marché commercial, pourquoi

la direction devrait-elle subir les pressions politiques avec lesquelles elle a dû composer récemment? Cela est possible uniquement parce qu'il s'agit de l'argent des contribuables, ce qui signifie simplement que la SRC — même si ses dirigeants n'en sont nullement responsables — peut utiliser l'argent des contribuables pour concurrencer les radiodiffuseurs privés.

Selon l'Alliance canadienne, *Notre souveraineté culturelle* a mis au jour de nombreux moyens qui sont et seront susceptibles d'aider les radiodiffuseurs canadiens à attirer les téléspectateurs canadiens. Les programmes locaux, régionaux et nationaux sont offerts actuellement ou encore pourraient l'être d'une façon beaucoup plus rentable.

CBC Newsworld, RDI et Galaxie sont financés actuellement sur les recettes publicitaires et les abonnements au service de câblodistribution. Les émissions d'information et d'actualités locales peuvent être produites par les radiodiffuseurs privés locaux, par les sociétés de câblodistribution et à l'aide de la création d'un « fonds de production indépendant » grâce aux abonnements aux services de diffusion directe par satellite.

Au Nouveau-Brunswick, les émissions produites par les réseaux de câblodistribution couvrent l'actualité locale. Environ 400 bénévoles sont mis à contribution, et les émissions sont diffusées aux résidents locaux. Les sociétés de câblodistribution ont trouvé ainsi une façon originale d'attirer des clients.

Bravo, Showcase et Vision TV, trois canaux offrant le même genre d'émissions que celles de la SRC, peuvent être captés par 90 % des foyers canadiens grâce au câble ou au satellite.

Étant donné ces réalités, l'Alliance canadienne est convaincue qu'il est temps de réévaluer l'importance de la télévision au sein de la SRC. Dans son rapport, le Comité peut prétendre que la SRC est essentielle, mais les faits ne le justifient pas. Si vous examinez la figure 4.17, vous pouvez constater que la majorité des émissions canadiennes sont diffusées par des réseaux privés. Il est vrai que la SRC attire un grand nombre de ses téléspectateurs grâce à ses émissions de sport, qui pourraient cependant être offertes par les réseaux privés. Si nous ne tenons pas compte des émissions de sport, la part d'auditoire de la SRC serait inférieure à 5 %.

Nous réduirions considérablement la subvention de fonctionnement de la SRC en commercialisant son secteur de la télévision.

L'Alliance canadienne envisagerait d'affecter, aux programmes de subventions et de crédits d'impôt nouveaux ou déjà en vigueur, une partie des fonds accordés actuellement au secteur de la télévision de la SRC, l'objectif étant d'appuyer les Canadiens réalisant des films et des émissions pour la télévision.

4.0 Accès aux services

Les lois et les règlements actuellement en vigueur empêchent les Canadiens de recevoir les signaux transmis par satellite qui ne sont pas autorisés par le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC). La légalité ambiguë des lois et des règlements a créé un marché gris dans le domaine des signaux transmis par satellite. Le chapitre 16 de *Notre souveraineté culturelle* examine cette question en détail.

Ne pas tenir compte de la réalité du marché gris et des choix dont disposent les consommateurs débouche sur la non-réglementation du domaine de la diffusion directe. Selon l'Alliance canadienne, la situation actuelle est une occasion manquée. Elle ne pourra qu'empirer au fur et à mesure que les téléspectateurs canadiens et américains choisiront leurs émissions malgré la structure réglementaire plutôt que dans le cadre de celle-ci, ce qui encourage le marché noir dans le domaine des services par satellite.

La situation met en plan un facteur qui existe depuis la création du système de radiodiffusion canadien. La majorité des Canadiens ont un penchant pour les émissions américaines.

L'Alliance canadienne est d'avis qu'une politique régissant la diffusion directe par satellite permettrait d'aider les Canadiens à trouver un créneau à leurs émissions sur le marché international.

L'Alliance canadienne recommanderait que les règlements soient modifiés et que le Canada signe des ententes de réciprocité avec d'autres pays afin de permettre aux citoyens de chaque pays de pouvoir s'abonner légalement à un service de diffusion directe par satellite, ce qui ouvrirait le marché en ce qui concerne la licenciation de la distribution de la télévision par satellite.

Grâce à cette mesure prudente et proactive, les émissions canadiennes pourraient être diffusées aux États-Unis, ce qui multiplierait considérablement le nombre de téléspectateurs éventuels pour les émissions canadiennes.

Les Canadiens pourraient regarder les émissions étrangères. Ils pourraient ainsi choisir les émissions qu'ils préfèrent.

5.0 Une réponse pratique au changement technologique

Les auteurs de *Notre souveraineté culturelle* ont fait ressortir correctement qu'il était important de créer un seul ministère des Communications qui serait responsable de la radiodiffusion et des télécommunications. Ils ont également souligner la nécessité de réorienter considérablement le mandat du CRTC.

Les audiences du Comité ont montré sans l'ombre d'un doute que **le gouvernement devrait fusionner immédiatement les services répartis dans les ministères et adopter une mesure législative pertinente pour regrouper toutes les fonctions relatives à la radiodiffusion et aux télécommunications.**

Il y a de nombreuses années, nous avions un ministère des Communications qui a été démantelé et dont les activités ont été réparties entre le ministère du Patrimoine canadien et celui de l'Industrie. Recréer un ministère des Communications constituerait un réaction positive à la convergence technologique et aux fusions des entreprises.

Le ministère des Communications réglementerait toutes les questions relevant du domaine des communications au Canada. Son organisme de réglementation posséderait moins d'autonomie et aurait davantage de comptes à rendre que le CRTC aujourd'hui.

Depuis 1968, le Conseil a fonctionné comme un organisme public indépendant. Trop souvent, il a obéi à ses propres règles. Les commissaires sont nommés sans que leurs compétences ne soient vérifiées ou sans qu'elles ne soient examinées au cours d'audiences publiques. Les décisions du CRTC sont presque sans appel.

Modifier le CRTC n'est pas la solution.

Il est essentiel que l'organisme de réglementation rende davantage de comptes aux Canadiens. À cet égard, il faudrait adopter les mesures suivantes :

- La nomination des commissaires devrait faire l'objet d'audiences parlementaires et être mise aux voix.
- Il faudrait constituer un tribunal d'appel indépendant qui pourrait examiner les décisions de l'organisme de réglementation.
- Il faudrait confier à un sous-comité d'un comité permanent de la Chambre le mandat d'examiner régulièrement les lois, les règles, les politiques et les pratiques de l'organisme de réglementation pour garantir une saine concurrence et veiller aux intérêts des Canadiens.

6.0 Propriété

6.1 Propriété croisée des médias

Le Comité dénonce toute tentative visant à museler l'indépendance des salles de rédaction et la liberté journalistique. Il recommande donc que le CRTC mette en place un mécanisme pour assurer l'indépendance rédactionnelle des activités de radiodiffusion. (Recommandations 11.1 et 11.2)

Comment cette recommandation serait-elle appliquée? Prenons pour exemple le cas des cinq journalistes licenciés par le journal *The Montreal Gazette*. Est-ce que le CRTC obligerait *The Gazette* à les rembaucher?

Patrick Watson, ancien président de la SRC, a récemment suggéré que le gouvernement crée un journal où les Canadiens pourraient obtenir les faits. L'Alliance canadienne estime que l'interférence du gouvernement est un remède pire que le mal.

L'Alliance canadienne n'est pas d'accord avec les recommandations du rapport *Notre souveraineté culturelle*, qui empêcheraient les entreprises canadiennes de mener de leurs affaires comme bon leur semble. (Recommandations 11.1 et 11.2)

6.2 Intégration verticale

Chapitre 11 du rapport aborde la question de l'intégration verticale : Puis, en août 2001, le CRTC a renouvelé les licences de CTV et de Global en stipulant toutefois que seulement 25 % de leur contenu canadien aux heures de grande écoute pouvait provenir des maisons de production qui leur appartenaient. Cette décision imposait des limites aux transactions intéressées (c.-à-d. transactions entre entités appartenant à la même société) auxquelles il était possible de se livrer dans une entreprise à intégration verticale.

L'expérience des États-Unis a montré que le public ne regarde pas uniquement les émissions d'un même studio. Il veut de la variété. L'Alliance canadienne met donc en doute le bien-fondé de cette exigence du CRTC. **L'Alliance canadienne n'est pas d'accord avec ce type d'exigences.**

6.3 Problèmes relatifs aux licences

La recommandation 11.4 du rapport *Notre souveraineté culturelle* suspend pendant au plus trois ans le renouvellement des licences de radiodiffusion. Cela aura pour effet que les radiodiffuseurs touchés par la propriété croisée devront attendre avant de poursuivre leurs activités. Voilà un autre exemple où le Comité a prescrit un remède qui est pire que le mal.

L'Alliance canadienne est en désaccord avec les deux parties de la recommandation 11.4, surtout la partie b.

6.4 Propriété étrangère

Mme Joie Warnock, du Syndicat canadien des communications, de l'énergie et du papier, a déclaré : *Pour ce qui est de la question des intérêts étrangers, le fait même qu'on se penche sur la question dans le contexte du système de radiodiffusion canadien montre à quel point les forces de la mondialisation sont puissantes.* [...] *Nous devons protéger notre souveraineté dans les derniers bastions de l'identité canadienne.* (Chapitre 11)

Lise Lareau, présidente de la Guilde canadienne des médias/TCA, section locale 10213, a écrit aux membres de l'AEEF pour leur expliquer comment les efforts de lobbying des TCA aux États-Unis avaient donné l'idée à la Guilde de former avec un autre groupe, appelé Nos Ondes Publiques, une coalition de revendication de la politique publique. Elle a déclaré que la Guilde n'aurait pu investir dans la coalition si le fonds d'aide des membres des TCA n'existait pas et ne soutenait pas les négociations de la Guilde. Notre affiliation avec les TCA est vitale. (Communiqué des TCA).

Le porte-parole du syndicat devait savoir que la Guilde canadienne des médias est membre des Travailleurs en Communications d'Amérique du Nord (TCA), l'un des syndicats de la SRC. Ils ont formé « Nos Ondes Publiques » pour défendre la radiodiffusion publique au Canada.

L'idée qu'un syndicat puisse être financé aux États-Unis, mais qu'une entreprise ne le puisse pas, est ridicule.

La question d'un lien éventuel entre la propriété étrangère et la diffusion d'un contenu local a été étudiée attentivement par le Comité du Sénat australien sur l'environnement, les communications, la technologie de l'information et les arts lors de son examen d'un projet de loi, en juin 2002 : *Le Comité estime que, en ce qui a trait au pouvoir de la propriété étrangère, il est raisonnable de penser que les propriétaires étrangers seront davantage intéressés à optimiser leurs profits, plutôt qu'à influencer l'opinion publique. Par conséquent, on peut s'attendre qu'ils offriront un contenu destiné à répondre pleinement à la demande des consommateurs et, par ricochet, à générer des recettes publicitaires. Il est nécessaire pour les radiodiffuseurs d'offrir un contenu australien [...] Le Comité estime donc que les craintes concernant une diminution des émissions locales, si le projet de loi est adopté, ne sont pas fondées.* (Paragraphe 3.24 du rapport du comité australien)

L'Alliance canadienne n'est pas d'accord avec la recommandation 11.5.

L'Alliance canadienne appuie l'assouplissement des règles sur la propriété étrangère des entreprises canadiennes, notamment celles du domaine des télécommunications et de la distribution de services de radiodiffusion. Elle propose que l'on entreprenne immédiatement un examen pour déterminer s'il faut assouplir ou éliminer complètement ces règles.

L'Alliance canadienne possède une politique cohérente sur la propriété étrangère, pour les raisons suivantes :

- Notre politique sur la propriété étrangère permet de dégager des capitaux.

- Les restrictions relatives à la propriété étrangère sont un reliquat d'un système de barrières au commerce et à la libre circulation des biens, des services et des personnes.

- La diffusion directe (DTH) est en concurrence avec les câblodistributeurs pour les mêmes clients. Shaw Cable possède Star Choice, tandis que Bell Canada possède Bell ExpressVu. Shaw Cable et Bell Canada louent de l'espace sur des satellites pour relayer leurs signaux de DTH. La convergence des technologies a éliminé la distinction entre distribution de services de radiodiffusion (auparavant la câblodistribution terrestre) et les télécommunications.

- Il est illogique de permettre à Bell et à d'autres entreprises de télécommunications d'accepter des capitaux étrangers tandis qu'on interdit aux entreprises de distribution de services de radiodiffusion de faire la même chose.

L'Alliance canadienne recommande que l'étude porte aussi sur l'impact des changements sur les radiodiffuseurs et les créateurs de contenu. Nous savons que nous sortons des sentiers battus.

> Lettre du CRTC (4 février 2003) — *Le système de radiodiffusion canadien doit appartenir à des Canadiens et être dirigé par eux. Cette existence nous enrichit et nous renforce sur le plan culturel, politique, social et économique.*
>
> Le paragraphe 11-112 affirme que la présence canadienne sur les ondes serait peu de temps après la cible d'attaques et le paragraphe 11-116 s'interroge : [...] *les créateurs canadiens seraient-ils assurés d'avoir le même accès aux marchés canadiens qu'aujourd'hui? Enfin, qu'adviendrait-il des programmes de subventions si les entreprises à propriété canadienne n'exploitaient plus de réseaux nationaux au Canada?*

En somme, l'Alliance canadienne a demandé : *Pourquoi n'y auraient-ils pas accès? Pourquoi les Canadiens seraient-ils incapables d'établir les relations dont ils auront nécessité?* Elle n'a pas obtenu de réponse.

7.0 Secteur privé

L'Alliance canadienne croit que le secteur privé est le moteur de la radiodiffusion au Canada. Cela dit, il importe de souligner que le secteur privé a la possibilité — et la responsabilité — d'aider et de promouvoir nos artistes et nos créateurs.

7.1 Musique, artiste, production, paroles lyriques (MAPL)

L'Alliance canadienne est convaincue qu'il faut revoir les critères du programme MAPL. Il faut revoir les définitions de contenu canadien et la façon dont le programme peut favoriser le développement des nouveaux artistes. (Recommandation 8.1)

L'Alliance canadienne suggère que l'étude examine les propositions suivantes :

- réduire la règle de 35 % à deux fois la musique canadienne vendue au Canada;
- modifier la règle de « 2 sur 4 » comme suit : « 4 critères = 100 % ». Ainsi, on donnerait des points aux artistes canadiens établis pour avoir accès à leurs auditoires canadiens;
- les pièces des nouveaux artistes canadiens seraient admissibles à un petit multiple (exemple : M=1, A=2, P=1, L=1 ce qui donne 125 %).

- Il est illogique de permettre à Bell et à d'autres entreprises de télécommunications d'accepter des capitaux étrangers tandis qu'on interdit aux entreprises de distribution de services de radiodiffusion de faire la même chose.

L'Alliance canadienne recommande que l'étude porte aussi sur l'impact des changements sur les radiodiffuseurs et les créateurs de contenu. Nous savons que nous sortons des sentiers battus.

> Lettre du CRTC (4 février 2003) — *Le système de radiodiffusion canadien doit appartenir à des Canadiens et être dirigé par eux. Cette exigence nous enrichit et nous renforce sur le plan culturel, politique, social et économique.*
>
> Le paragraphe 11.112 affirme que la présence canadienne sur les ondes serait peu de temps après la cible d'attaques et le paragraphe 11.116 s'interroge : [...] *les créateurs canadiens seraient-ils assurés d'avoir le même accès aux marchés canadiens qu'aujourd'hui? Enfin, qu'adviendrait-il des programmes de subventions si les entreprises à propriété canadienne n'exploitaient plus de réseaux nationaux au Canada?*

En comité, l'Alliance canadienne a demandé : *Pourquoi n'y auraient-ils pas accès? Pourquoi les Canadiens seraient-ils incapables d'établir les règlements qu'ils jugent nécessaires?* Elle n'a pas obtenu de réponse.

7.0 Secteur privé

L'Alliance canadienne croit que le secteur privé est le moteur de la radiodiffusion au Canada. Cela dit, il importe de souligner que le secteur privé a la possibilité — et la responsabilité — d'aider et de promouvoir nos artistes et nos créateurs.

7.1 Musique, artiste, production, paroles lyriques (MAPL)

L'Alliance canadienne est convaincue qu'il faut revoir les critères du programme MAPL. Il faut revoir les définitions de contenu canadien et la façon dont le programme peut favoriser le développement des nouveaux artistes. (Recommandation 8.1)

L'Alliance canadienne suggère que l'étude examine les propositions suivantes :

- réduire la règle de 35 % à deux fois la musique canadienne vendue au Canada;
- modifier la règle de « 2 sur 4 » comme suit : 4 critères = 100 %. Ainsi, on donnerait des points aux artistes canadiens établis pour avoir accès à leurs auditoires canadiens;
- les pièces des nouveaux artistes canadiens seraient admissibles à un petit multiple (exemple : M=1, A=2, P=1, L=1, ce qui donne 125 %).

8.0 Droit d'auteur

Le projet de loi C-32 de 1997 sur le droit d'auteur recelait des lacunes évidentes, la plus visible étant le droit de transfert de médium pour les radiodiffuseurs. Au cours de leurs activités quotidiennes techniques, les radiodiffuseurs transfèrent électroniquement du contenu audio entre un médium d'entreposage et un médium de diffusion, sur place ou à distance par large bande.

Les articles 30.8 et 30.9 du projet de loi C-32 exemptaient les radiodiffuseurs du paiement du droit d'auteur. Les paragraphes (8) et (6) ont été ajoutés à l'étape du comité, ce qui a eu pour effet d'annuler ces exemptions.

L'Alliance canadienne s'était fortement opposée à ces amendements et doutait du témoignage de l'Association canadienne des éditeurs de musique. *Les éditeurs de musique sont conscients que ce copiage* [transfert de formats] *fait partie du fonctionnement des stations de radio. Ils savent également qu'un éditeur qui demanderait le paiement du droit pour ce copiage se retrouverait, à court terme, exclus de la liste des chansons jouées par les stations de radio.*

D'autres actions subséquentes des titulaires de droits d'auteur confirment ses doutes. L'industrie de la radiodiffusion s'est vue imposer des droits de plus de 20 millions de dollars rétroactivement à partir du 1er janvier 2000. Si l'on se fie à l'avis de paiement du 28 mars 2003, la date limite pour payer est le 31 mai 2003. On estime qu'à la fin de 2004, les coûts seront de 6,5 à 7 millions de dollars par année.

Le Comité reconnaît le besoin urgent de procéder en cette ère du numérique à une réforme du droit d'auteur et entend aborder toutes les questions pertinentes à la radiodiffusion au cours de son prochain examen de la Loi sur le droit d'auteur, *comme la loi l'exige.* (Chapitre 13)

C'est là une réponse insuffisante à une situation sérieuse. Le Comité ne reconnaît pas les problèmes de liquidités des radiodiffuseurs, qui ont donné lieu à des mises à pied dans plusieurs stations de radio.

La ministre du Patrimoine canadien a toujours refusé de modifier la loi, affirmant qu'il faut la considérer dans son ensemble. Malgré ses déclarations, elle a néanmoins déposé le projet de loi C-36. L'article 25 du projet de loi C-36 modifie l'article 30 de la *Loi sur le droit d'auteur*.

Étant donné qu'elle a ouvert l'article 30 de la *Loi sur le droit d'auteur*, pourquoi refuse-t-elle de modifier les paragraphes 8 et 9 de la *Loi sur le droit d'auteur* en comité, après la deuxième lecture du projet de loi?

L'Alliance canadienne s'oppose aux frais rétroactifs. Dans le cas du projet de loi C-32, on constate un abus évident du processus législatif. Les exceptions qui permettent les droits éphémères n'auraient jamais dû être adoptées. L'imposition subséquente des droits aurait dû être annulée.

L'Alliance canadienne NE PENSE PAS que les lois rétroactives sont un outil législatif utile. Cependant, dans le cas qui nous intéresse, compte tenu de la manière dont ces exceptions ont

été adoptées et de l'impact négatif qu'elles ont eu, l'Alliance canadienne demande au gouvernement de déposer immédiatement des amendements à la *Loi sur le droit d'auteur* afin de supprimer le paragraphe (8) de l'article 30.8 et le paragraphe (6) de l'article 30.9. De plus, elle demande au gouvernement d'envisager comment ces amendements pourraient s'appliquer rétroactivement.

9.0 Résumé

Voici la liste des principales propositions de l'Alliance canadienne :

- assouplir les définitions de contenu canadien;
- maintenir le financement de la radio de la SRC;
- réduire le financement public de la télévision de la SRC à mesure qu'elle est commercialisée;
- déterminer si les économies réalisées peuvent servir à soutenir la production de contenu canadien;
- rendre les émissions canadiennes disponibles aux ÉtatsUnis;
- donner aux Canadiens la possibilité de choisir leurs émissions préférées;
- créer un ministère des Communications;
- créer un organisme de réglementation plus responsable;
- réaliser un examen approfondi des règles sur la propriété étrangère dans le domaine des télécommunications et de la radiodiffusion;
- revoir le programme MAPL;
- modifier la *Loi sur le droit d'auteur* pour régler la question des droits éphémères.

La mise en oeuvre de ces changements permettrait d'accroître le soutien apporté aux émissions et aux créateurs canadiens. Les émissions canadiennes seraient également en mesure de joindre des auditoires plus vastes.

10.0 Conclusion

Les propositions de l'Alliance canadienne portent sur les possibilités qui s'offrent au système de radiodiffusion canadien. L'Alliance canadienne veut donner aux créateurs et à l'industrie la chance de se livrer concurrence pour séduire un auditoire accru. Les Canadiens seraient capables de choisir ce qu'ils veulent regarder ou écouter et auraient accès à une multitude de chaînes.

Depuis 1867, les Canadiens ont relevé de nombreux défis. Nous avons taillé notre place dans le milieu international de la technologie. Nous y sommes parvenus grâce à notre courage, à notre esprit d'initiative et à notre prévoyance. L'Alliance canadienne croit que les changements graduels proposés dans le rapport *Notre souveraineté culturelle* ne vont pas assez loin et ne sont pas proactifs.

Dans le présent rapport minoritaire, nous affirmons que nous avons confiance dans les Canadiens et les Canadiennes.

Si nous réussissons à nous débarrasser de plusieurs idées désuètes qui limitent nos choix et nos possibilités, l'Alliance canadienne croit que les Canadiens et les Canadiennes peuvent créer, soutenir la concurrence et prospérer.

Notes

[1] La position de l'Alliance canadienne dans le présent rapport minoritaire précise celle qu'elle avait adoptée en 1995 à l'égard du rapport publié par le Comité permanent du patrimoine canadien et intitulé *L'avenir de la Société Radio-Canada dans l'univers multichaîne*. Nous recommandions de scinder la Société Radio-Canada en deux, une partie pour la télévision et une partie pour la radio. Nous préconisions également que la SRC se départisse de services de télévision.

APPENDICES

Opinion complémentaire du Bloc Québécois

Quand les souverainetés culturelles sont menacées

Mise en contexte

Le présent rapport représente l'aboutissement de 24 mois de consultations et d'échanges instructifs qui nous ont permis de mieux comprendre les différents enjeux du système de radiodiffusion. C'est pourquoi le Bloc Québécois tient à remercier toutes les personnes et tous les groupes du Québec et du Canada qui sont venus témoigner devant le Comité. La variété des points de vue exprimés, la diversité des solutions proposées révèlent une fois de plus la complexité du système canadien de radiodiffusion.

Si le présent rapport apporte plusieurs recommandations dont la mise en application est souhaitable pour soutenir la création, certaines autres ne vont pas assez loin ou n'ont pas été retenues alors qu'à notre avis, elles contribueraient davantage à répondre aux objectifs de la loi.

Quand les souverainetés culturelles sont menacées

Si le gouvernement fédéral reconnaît l'urgence d'agir pour protéger et défendre la culture canadienne face aux États-Unis, il doit en même temps reconnaître la légitimité du fait que le peuple québécois lutte pour la mise en valeur et la protection de sa culture.

Le Gouvernement du Québec est le mieux placé pour défendre sa culture. Il est dans l'ordre des choses que ce gouvernement s'occupe du développement culturel du peuple québécois. Tous les gouvernements du Québec, quelle que soit leur allégeance politique, ont défendu leur autonomie et revendiqué la culture comme un champ de compétence exclusif.

> **« Aujourd'hui, le Québec peut être fier de son bilan culturel, avec des résultats exceptionnels, indicatifs des efforts importants de l'État québécois pour appuyer la culture sous toutes ses formes. Mais ces efforts, tout aussi structurants soient-ils, ne peuvent contrebalancer la nature limitative du fédéralisme canadien. Pour le gouvernement fédéral, il n'y a pas vraiment d'identité ou de culture québécoise : il n'y a qu'une culture canadienne, multiculturelle, qui s'exprime en plusieurs langues, dont notamment le français. »**
>
> **Parti québécois**[1]

> «Un gouvernement responsable se doit de prendre les moyens nécessaires, tant du point de vue des relations avec le gouvernement fédéral que du point de vue des relations internationales, pour nous permettre d'affirmer et de maîtriser notre avenir collectif.»
>
> Parti libéral du Québec[2]

L'histoire récente nous a montré que le pouvoir de dépenser du gouvernement du Canada et de ses tribunaux ont favorisé l'expansion des interventions fédérales dans un domaine vital pour les Québécois : la culture.

Dans l'ordre constitutionnel actuel, on pourrait s'attendre à tout le moins à ce que le gouvernement fédéral s'arrime aux priorités établies par le gouvernement légitime des Québécois.

Le Bloc Québécois identifie six facteurs d'insécurité, mal couverts par le présent rapport :

- Non-reconnaissance de la spécificité culturelle québécoise
- Recommandations sur le contenu culturel
- Protection de la main-d'œuvre
- Négociations internationales et culture
- Politisation des institutions
- Concentration des médias

De ces défis découle notre recommandation principale :

Le Bloc Québécois demande que le gouvernement fédéral réponde positivement à la demande du gouvernement du Québec qui, à l'unanimité, réclame «une nouvelle entente administrative fédérale-provinciale [...] dans le domaine des communications »[3].

L'opinion complémentaire que nous proposons tente de répondre à ces préoccupations.

1. Non-reconnaissance de la spécificité culturelle québécoise

La culture québécoise existe. Elle est reconnue au Québec et à l'étranger pour son dynamisme et son originalité. L'auditoire québécois reconnaît et apprécie le contenu québécois. Dans tous les domaines d'expression culturelle, les Québécoises et Québécois sont friands des productions culturelles québécoises, notamment en radiodiffusion, tout en demeurant très ouverts aux productions culturelles étrangères.

Le Comité aura réussi, sans grande surprise, à étudier la *Loi sur la radiodiffusion* sans reconnaître le caractère distinct de la culture québécoise. Après avoir rencontré des centaines de témoins, après avoir siégé des centaines d'heures, après avoir visité plusieurs grandes villes canadiennes et, au Québec, Montréal, le Comité refuse toujours d'aborder franchement une réalité fondamentale : le Québec possède une culture et des institutions qui lui sont propres. La culture québécoise n'est pas une simple composante régionale comme semble le laisser croire le Comité. Passer sous silence la culture québécoise, c'est nier son existence et refuser de favoriser son déploiement.

Comment pouvons-nous découvrir la réalité du Québec, quand la façon de compiler les statistiques inclut, dans plusieurs tableaux, tous les francophones du Canada, ce qui ne permet pas de percevoir l'heure juste du portrait québécois, ni pour les francophones, ni pour les anglophones d'ailleurs.

Aussi, un des problèmes de la *Loi sur la radiodiffusion* est qu'elle ne contient pas de définition de l'adjectif « régional »; une région peut donc être assimilée à un groupe de provinces, à une province ou à une région (partie d'une province). Le Québec ne pourra jamais accepter d'être considéré comme une région. Cela amène de la confusion dans la compréhension et dans l'application de la Loi.

On remarque que, dans le rapport, il est question du « star system » québécois qui fait l'envie du public canadien. Le vedettariat s'est développé au Québec parce que le public québécois est fier des personnes québécoises talentueuses qui, par leurs œuvres, se font connaître et reconnaître. En même temps, un grand respect entoure ce vedettariat.

En matière de culture et de radiodiffusion, le Bloc Québécois peut témoigner des multiples initiatives du gouvernement fédéral visant à endiguer la place du Québec au Canada qui nous interrogent :

- Comment expliquer que la loi constitutive du ministère responsable de la radiodiffusion et du développement culturel refuse de reconnaître la culture de la nation québécoise ?

- Comment croire que les principales institutions fédérales dans le domaine de la radiodiffusion (CRTC, Radio-Canada, etc.), devant l'obsession et la pression constantes d'offrir une vision canadienne, sauront préserver l'espace culturel québécois? En conséquence, leur loi constitutive et leur mandat visent à réduire la culture québécoise au simple rang de particularité régionale (dans le mandat de Radio-Canada, il est écrit que la Société doit « contribuer au partage d'une conscience et d'une identité nationales »).

- Comment croire que la culture québécoise est valorisée alors que le financement du contenu canadien est de plus en plus conditionnel à des critères de performance qui sont, plus souvent qu'autrement, associés à l'efficacité à promouvoir les nouveaux symboles canadiens.

Ainsi, si les membres du Comité ont fait de «l'intérêt du public» l'élément central de ce rapport, nous sommes en droit de nous demander si les recommandations proposées contribuent vraiment

à préserver l'intérêt du public québécois avide de contenu québécois, c'est-à-dire conçu par des artisans québécois et reflétant la réalité québécoise.

Le Bloc Québécois recommande au gouvernement fédéral de reconnaître le Québec comme seul maître d'œuvre dans le domaine des arts et de la culture sur le territoire québécois et de signer avec le gouvernement du Québec, une entente-cadre afin de lui reconnaître cette compétence et de lui donner les enveloppes budgétaires nécessaires.

Le Bloc Québécois recommande au gouvernement fédéral de négocier une entente avec le gouvernement du Québec en vue de lui permettre d'avoir la maîtrise d'œuvre dans les domaines liés aux communications et aux télécommunications.

Le Bloc Québécois recommande que le gouvernement fédéral révise le mandat du Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC) pour l'obliger à tenir compte de l'impact de ses décisions sur les communautés minoritaires et que le CRTC soit forcé de réviser sa définition de communauté afin que les personnes allophones ne soient pas automatiquement combinées aux anglophones.

2. Recommandations sur le contenu culturel

Bien que le Comité propose plusieurs recommandations sur le contenu culturel, le financement de ce secteur demeure aléatoire.

L'intervention du gouvernement du Québec, jumelée au dynamisme du secteur privé, a créé un effet de levier permettant l'éclosion de la culture québécoise. Cependant, il est certain que les entreprises culturelles au Québec ont besoin de ressources financières supplémentaires pour assurer leur viabilité. Comme le gouvernement fédéral ne respecte pas ses engagements de soutien financier à l'égard de la production télévisuelle et qu'il n'offre pas une aide financière stable, il va de soi qu'il y a des répercussions sur la gestion et les résultats de ces secteurs.

- *Fonds canadien de télévision (FCT)*

Bien que, dans le rapport, le Comité recommande « un financement stable à long terme »[4] du Fonds canadien de télévision, au même moment, le gouvernement fédéral envoie des signaux contradictoires aux intervenants du secteur culturel québécois et canadien : d'un côté, le ministre des Finances, lors du dernier budget fédéral, réduit la contribution du gouvernement au Fonds canadien de télévision de 100 M$ par année à 75 M$ par année, pour les deux prochaines années; de l'autre, il annonce l'augmentation des crédits d'impôts aux productions étrangères tournées ici de 25 M$ par année. Nous ne sommes pas contre cette dernière mesure parce qu'elle permet à la main-d'œuvre d'une partie de ce secteur de travailler. Mais qui sont les grands perdants de cette réduction annoncée de 25 M$? Ce sont les petits producteurs dans les grands centres et aussi en

régions, mais ces derniers ont écopé de la presque totalité de cette coupure. Dans le milieu télévisuel, cela a été perçu comme une gifle aux producteurs et créateurs d'ici.

Le gouvernement fédéral doit maintenir sa contribution dans le Fonds canadien de télévision à au moins 100 M$: c'est un montant de base qui permet à l'industrie de survivre mais il devrait aller plus loin pour que la production québécoise et canadienne offre un contenu substantiel.

Par ailleurs, par équité, les producteurs télévisuels en région souhaitent que soient mises en place des mesures semblables à celles destinées aux producteurs francophones en milieu minoritaire (PICLO : Partenariat interministériel avec les communautés de langue officielle); les objectifs pourraient se lire comme suit :

- Faciliter l'accès des régions aux programmes fédéraux pour la production télévisuelle;
- Contribuer au développement durable des régions;
- Servir de levier financier afin de favoriser l'établissement de partenariats durables et de nouveaux modes de collaboration.

Nous appuyons cette demande des producteurs en région afin de protéger la production télévisuelle en région et d'y maintenir les emplois.

Le Bloc Québécois recommande que le gouvernement fédéral garantisse un financement annuel minimum de 100 millions de dollars au Fonds canadien de télévision (FCT). Toutes sommes investies par le secteur privé, au delà de 100 millions de dollars, devraient être jumelées par le gouvernement fédéral à raison d'un dollar pour chaque dollar investi par le secteur privé.

Le Bloc Québécois recommande que le Fonds canadien de télévision réserve un budget spécifique aux productions régionales.

- *Les médias communautaires*

Dans la *Loi sur la radiodiffusion*, il est clairement indiqué :

> 3(1) i : « la programmation offerte par le système canadien de radiodiffusion devrait à la fois : [...] (ii) puiser aux sources locales, (iii) renfermer des émissions éducatives et communautaires »[1].

Cependant, une nouvelle politique du CRTC vient changer la notion de « communautaire ». Au moment d'adopter la Politique du CRTC relative aux médias communautaires (2002), le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC) a créé une nouvelle catégorie de télévision communautaire — *les entreprises de télévision communautaire* — se répartissant en deux sous-catégories (*les entreprises de télévision communautaire de faible puissance* et *les services numériques de télévision*

communautaire). Cependant, là où nous ne pouvons pas être d'accord avec le CRTC, c'est qu'il rend ces catégories accessibles aux entreprises à but lucratif aussi. Étant donné que le Comité n'a pas dénoncé cette situation, le Bloc Québécois juge important de conserver la particularité des médias communautaires au Québec qui sont sans but lucratif.

En fait, le Québec a une longue histoire d'implantation des radios et télévisions communautaires sans but lucratif. Dans toutes les régions du Québec, se sont organisés des groupes communautaires avec l'objectif d'offrir une programmation différente. Les compressions budgétaires des gouvernements, au début des années 90, ont fait grand tort aux médias communautaires. Le gouvernement du Québec a recommencé à investir dans les radios communautaires des montants allant de 10 000 $ à 44 000 $ selon le bassin desservi et dans les télévisions communautaires de 5 000 $ à 25 000 $[2].

Le Bloc Québécois recommande que le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes reconsidère sa position et que les licences accordées aux médias communautaires demeurent sans but lucratif.

De plus, la recommandation 9.8 du rapport (p. 56) portant sur la création du Programme d'aide à la radiodiffusion locale (PARL) nous apparaît inéquitable, étant donné que ce programme s'adresse aux collectivités défavorisées en région, et que celles-ci devraient participer financièrement à ce programme. Les collectivités n'ayant pas toutes les mêmes moyens financiers, il nous apparaît inéquitable de demander à des collectivités déjà fragilisées d'investir. Le gouvernement devra tenir compte de la capacité de payer des collectivités auxquelles le PARL est destiné.

Le Bloc Québécois recommande que les montants prévus pour la mise en œuvre du Programme d'aide à la radiodiffusion locale (PARL) soient transférés au gouvernement du Québec qui saura l'adapter aux besoins particuliers de ses régions.

3. Protection de la main-d'œuvre

Le dynamisme de la culture québécoise se reflète également dans les organisations que se sont données les travailleuses et travailleurs du secteur culturel. Ainsi, le milieu culturel québécois s'est doté de syndicats et regroupements professionnels qui œuvrent de manière autonome, ou en collaboration lorsque requis, avec leurs contreparties canadiennes et internationales sur des dossiers ponctuels.

Il est impératif que la réglementation, la fiscalité et les programmes du gouvernement fédéral protègent ces travailleurs dans les limites qui lui sont conférées.

Le mandat du Comité était très vaste. Nous croyons que l'article 3.(1)*d*) (iii) nous donne la légitimité de proposer quelques modifications à d'autres lois canadiennes :

« par sa programmation et par les chances que son fonctionnement offre en matière d'emploi, répondre aux besoins et aux intérêts, et refléter la condition et les aspirations des hommes, des femmes et des enfants [...] ».

3.1 Code du travail et briseurs de grève

Divers conflits de travail dans l'industrie des télécommunications (Radio-Nord, Vidéotron, etc.) devraient rappeler aux parlementaires la nécessité de mieux protéger les travailleurs assujettis au Code canadien du travail.

Le Bloc Québécois réclame que le Code canadien du travail soit modifié afin d'interdire le recours aux briseurs de grève.

3.2 Formation

Les travailleurs et créateurs du secteur culturel vivent dans une situation d'insécurité permanente, la plupart du temps comme travailleurs indépendants ou contractuels; l'absence de filet social, une rémunération inadéquate (malgré leur degré de scolarité) et la non-application de mesures par la *Loi de l'impôt sur le revenu* qui leur permettraient d'étaler leurs revenus sur plus d'une année sont parmi les problèmes soulignés dans un rapport intitulé Le reflet de notre avenir".

Parmi les problèmes soulevés par cette étude, il y a la place occupée par les bénévoles qui prennent trop souvent celle des travailleurs rémunérés. De plus, le secteur culturel est propice à l'apprentissage, ce qui a comme conséquence la difficulté de rétention des travailleurs ayant acquis de l'expérience et un taux de roulement du personnel nettement supérieur aux autres secteurs d'activité.

La difficulté pour les travailleurs de ce secteur d'obtenir de la formation adéquate, à des coûts raisonnables, cela particulièrement en région, est une autre caractéristique des besoins de la main-d'œuvre de ce secteur. Parmi les recommandations du rapport, certaines touchent le mentorat pour préparer la relève, d'autres portent sur le développement des compétences en gestion de carrière et sur l'ajustement au nouveau contexte de la mondialisation et d'un marché de plus en plus ouvert et concurrentiel.

Le Bloc Québécois réaffirme que la gestion de la main d'œuvre est de compétence provinciale et que le gouvernement fédéral devrait transférer aux provinces toutes les sommes qu'il consacre à la main-d'œuvre, ce qui permettrait à chaque province de fixer ses priorités selon ses besoins. D'ailleurs une entente fédérale-provinciale Harel-Pettigrew a été conclue entre le Québec et le fédéral en 1997, transférant au Québec la gestion de la plupart des programmes.

« Le secteur culturel est un terrain propice à l'apprentissage, produisant des travailleurs de talent qui, une fois parvenus à un seuil de compétence ou encore à un plafonnement au plan de la carrière, quittent le secteur pour de nouvelles avenues de carrière. »

Une portion de la clientèle « jeunes » que le gouvernement fédéral s'est réservée, s'oriente en début de carrière vers le secteur culturel pour y acquérir de l'expérience.

Le Bloc Québécois recommande que le gouvernement fédéral transfère la totalité des clientèles de main d'œuvre et augmente sa contribution pour atteindre 0,8 % de la masse salariale assurable, soit le plafond défini par la *Loi sur l'assurance-emploi*.

3.3 Assurance-emploi

Le régime d'assurance-emploi n'est pas conçu pour s'adapter au travail atypique. Les artisans de la télévision, du cinéma et de la culture ont un statut précaire et des revenus fluctuants.

Afin de protéger ces travailleurs, essentiels au développement de l'industrie culturelle, le Bloc Québécois recommande que le gouvernement envisage la création d'un cadre pour étendre l'application du régime d'assurance-emploi, tant pour les prestations ordinaires que spéciales, aux travailleurs indépendants.

Le Bloc Québécois recommande que le gouvernement envisage d'élargir l'application du régime d'assurance-emploi aux travailleurs qui cumulent travail indépendant et emploi rémunéré. Si le gouvernement décide de ne pas le faire, un remboursement des cotisations devrait être accordé aux personnes qui ont un emploi assurable mais qui ne peuvent pas présenter de demande de prestations en raison de leur statut de travailleurs indépendants.

3.4 Fiscalité

Un des moyens de permettre une meilleure qualité de vie pour les travailleurs culturels est de réformer la fiscalité en tenant compte de l'étalement fiscal : les travailleurs culturels ont parfois des revenus substantiels une année et des revenus moindres les années précédentes ou subséquentes. Pour faciliter la gestion de leurs impôts, il serait utile d'harmoniser la *Loi de l'impôt sur le revenu* avec celle du Québec.

Le Bloc Québécois recommande que le gouvernement fédéral permette l'étalement du revenu pour la main d'œuvre du secteur culturel.

Le Bloc Québécois recommande que le gouvernement fédéral harmonise sa *Loi de l'impôt sur le revenu* avec le Québec afin que les revenus sur les droits d'auteur ne soient pas imposés à moins de 15 000 $.

4. Négociations internationales et culture

Le secteur culturel constate et déplore la faiblesse ou pire l'absence des clauses culturelles dans les accords commerciaux internationaux. Le rapport traite au chapitre XVII de la mondialisation et de la diversité culturelle. Certains témoignages entendus confirment la nécessité de porter une attention particulière aux effets de la mondialisation sur le domaine culturel.

Un regroupement d'organismes culturels du Québec, dans son mémoire, indiquait :

> « Si on laisse faire le marché, sans poser des balises, il sera pratiquement impossible de produire et de diffuser effectivement des contenus qui reflètent les diverses cultures. La mondialisation doit s'envisager de manière à assurer les conditions qui permettent de maintenir et de faire progresser la diversité culturelle. Et cela suppose le maintien, dans chaque pays, des conditions qui permettent de produire des œuvres originales. »[10]

La mondialisation ne peut être envisagée comme un simple phénomène de libéralisation des échanges sans égard aux conditions dans lesquelles les œuvres culturelles sont produites et diffusées (musique, émissions de télévision, etc.).

Le biologiste et écologiste de renom, Francesco di Castri, de passage à Québec le 23 mars 2003, déclarait « il existe deux sociétés au monde qui ont su profiter de l'ouverture nouvelle [la mondialisation] pour affirmer leur différence culturelle aux yeux du monde, le Québec et la Catalogne sont les meilleurs exemples de ce qu'il faut faire en ce monde! »[11] Le Québec, en matière de rayonnement culturel ne réclame simplement que plus de latitude.

Il ne faut pas considérer la mondialisation dans sa dimension étroite des échanges commerciaux seulement, parce que dans ce sens, on ne tient compte que de l'efficacité et de la compétition et tous les aspects de la vie sociale sont alors assimilés à une marchandise. Dans cette conception, le marché devient l'unique référence. Il n'est pas vrai que la planète est un immense marché global dans lequel s'échangent divers objets...

La vision économiste ne doit pas prendre le pas sur toutes les autres et elle est incompatible avec la diversité culturelle; si on laisse faire le marché, il n'y aura plus aucune diversité culturelle parce qu'il sera impossible de produire et de diffuser des contenus qui reflètent les diverses cultures. La mondialisation ne doit être réalisée que, dans le contexte où il sera possible de maintenir et de faire progresser la diversité culturelle; il ne faudrait surtout pas en venir à considérer la radiodiffusion comme seulement un service de télécommunications. Comment serait-il possible de maintenir les exigences en matière de contenu canadien, si le contrôle des entreprises de diffusion échappait aux Canadiens ? Les entreprises de diffusion sont le principal véhicule des contenus culturels; il y a aussi danger pour la liberté d'expression, la qualité de l'information et la diversité des points de vue disponibles : « L'expression culturelle et la liberté d'expression, par exemple, sont indissociables »[12].

À l'heure de la mondialisation, trois défis identifiés par le professeur Ivan Bernier doivent être relevés par les États :

- éviter que la mondialisation vienne contrecarrer « les efforts entrepris par les États en vue de préserver et de promouvoir la diversité linguistique en considérant les langues d'abord et avant tout comme des barrières à surmonter sur le plan des échanges de biens et services »

- « le combat en faveur de la diversité linguistique ne peut se gagner en faisant abstraction de la dimension internationale du problème, il est tout également vrai, en effet, que les efforts entrepris en faveur de la diversité culturelle sur le plan international ne peuvent que bénéficier d'une prise en considération plus dynamique de la dimension linguistique de la question. Le fait que les initiatives se multiplient dans le monde en vue de préserver les langues en voie de disparition témoigne d'une sensibilité croissante à cet aspect de la préservation de la diversité culturelle »

- « convaincre les gouvernements que les nouvelles technologies de l'information demeurent en dernier ressort soumises au politique et qu'ils n'ont pas à céder à un certain discours qui voudrait les convaincre du contraire, même si les actions unilatérales à cet égard s'avère plus difficiles ».[11]

Vu l'importance de ces enjeux cruciaux, il est essentiel que le Gouvernement du Québec participe à ces rencontres internationales.

Le Bloc Québécois recommande que, dans toutes les négociations internationales portant sur les pouvoirs du Québec, notamment dans les domaines pouvant toucher la culture, le gouvernement fédéral s'engage à faire participer le Gouvernement du Québec.

5. Politisation des institutions

Plusieurs témoins entendus ont parlé de l'indépendance des organisations par rapport au pouvoir politique; le chapitre XVIII du rapport traite de ces questions. Ce que les témoins faisaient observer était que les processus de nominations manquaient de transparence et que cela menaçait l'indépendance des organismes.

Par exemple, la Fédération nationale des communications, dans son mémoire présenté au Comité, écrivait :

> « Compte tenu des enjeux majeurs, des évolutions économiques et technologiques, on ne saura jamais trop insister sur l'importance d'offrir un tel service de radiodiffusion [Société Radio-Canada] qui se veut indépendant des influences économiques et politiques dominantes. »[12]

Un regroupement d'organismes culturels du Québec citait dans son texte, « la nécessité ... d'une indépendance éditoriale »

> « *La Loi sur la radiodiffusion* précise que c'est à titre de « radiodiffuseur public national » que la Société Radio-Canada offre ses services. Cette précision est importante; la Société n'est pas une simple émanation du gouvernement : elle est chargée de rendre un service qui, par sa nature même, présuppose une indépendance éditoriale. En précisant que la Société Radio-Canada offre un service public national de radiodiffusion, la loi manifeste une intention de lui accorder un degré de liberté analogue à celui qui est en principe reconnu aux autres entreprises de radiodiffusion. »[15]

Le portefeuille de Patrimoine est vaste et un de ses objectifs se lit comme suit :

> « Encourager, entre le gouvernement du Canada et des particuliers, des groupes, des établissements et des organisations, la création de partenariat de collaboration qui feront valoir l'identité canadienne et renforceront l'unité nationale »[16]

La politisation des principales institutions de radiodiffusion canadiennes irrite l'industrie et la main d'œuvre exerçant sur celle-ci des pressions qui peuvent aller jusqu'à limiter leur liberté de parole et d'action. Le Bloc Québécois souligne des pratiques et des alignements politiques qui ont cours.

Nous énumérerons quelques exemples :

- En 1995, l'actuelle ministre du Patrimoine Canadien soutenait sans sourciller que Radio-Canada avait le mandat de promouvoir l'unité nationale. Elle affirmait : «Cela n'a pas de bon sens que nous défrayions les coûts de la Société quand il n'y a pas de responsabilité envers l'unité canadienne»[17].

- En décembre 1998, le directeur des nouvelles télévisées de la SRC, Jean Pelletier, en réponse à une auditrice, y allait d'un commentaire qui en dit long sur la politisation de la société d'État : «Au moment d'écrire ces lignes, cela fait trois jours que l'élection a eu lieu, que les sondeurs se sont trompés, que M. Charest a été élu et que M. Bouchard a repoussé à je ne sais quand la tenue d'un référendum. D'aucuns estiment que la sagesse a prévalu. Nous croyons y être pour quelque chose»[18].

- Il est devenu coutumier, dans le régime politique canadien de nommer à la tête de la SRC d'ex-politiciens où de bons soldats qui ont à l'œil la protection de l'unité canadienne. Rappelons simplement les deux plus récents cas : l'ex-ministre conservateur, Perrin Beatty qui a été le PDG de la SRC de 1995 à 1999 et l'actuel PDG de la SRC qui est reconnu pour son activisme politique ayant fait partie d'un comité sur l'unité nationale au bureau du Conseil privé à la fin des années 70.

- Le Bloc Québécois a démontré par le passé qu'une majorité des membres du Conseil d'administration de la SRC contribuait généreusement à la caisse du Parti libéral.

- En décembre 2002, le Bloc Québécois révélait qu'un animateur du Réseau de l'information était gouverneur du Conseil de l'unité canadienne (CUC), un organisme farouchement voué à la promotion de l'unité canadienne.

- Télétilm Canada a été présidé par François Macerola, militant fédéraliste, qui a porté les couleurs du Parti libéral du Québec en 1998. Celui-ci succédait d'ailleurs à Laurier Lapierre qui sera nommé plus tard au Sénat par le gouvernement libéral.

Comment croire à l'indépendance politique des organismes relevant du ministère du Patrimoine quand celui-ci a dans son mandat la promotion de l'unité canadienne.

Un danger guette la Société Radio-Canada et cela provient du mandat qui lui est confié et de l'impact de ce mandat.

Le Bloc Québécois recommande que soit enlevé du mandat de Radio-Canada toute référence à la nécessité « de contribuer au partage d'une conscience et d'une identité nationales »[19], tel que cela apparaît dans la *Loi sur la radiodiffusion* de 1991, à l'article (x).

Le Bloc Québécois se réjouit du fait que les membres du comité reconnaissent les problèmes liés aux processus de nomination. Les recommandations proposées par le comité au chapitre XVIII constituent un pas positif dans la bonne direction. Cependant, les recommandations nous apparaissent trop timides.

Le Bloc Québécois réclame que le gouvernement fédéral change sa manière de nommer les présidents et les membres des conseils d'administration en confiant ce mandat à un comité indépendant afin que les différentes institutions du système de radiodiffusion puissent être indépendantes, face au pouvoir politique.

6. Concentration des médias

Depuis 30 ans, malgré des mises en garde répétées, les gouvernements successifs ont permis que se constituent au Canada des conglomérats de médias. Aujourd'hui, le mouvement de concentration est pour ainsi dire complété. Mais il n'est pas trop tard pour intervenir et pour apporter les changements qui assureront des conditions d'indépendance entre les différents médias.

L'encadrement des communications est un pouvoir commun que doit partager le gouvernement du Québec avec le gouvernement fédéral. En attendant la négociation d'une entente Québec-Ottawa, telle que réclamée par une Commission de l'Assemblée nationale[20] qui clarifierait les responsabilités des deux gouvernements en matière de communications, notamment en ce qui a trait à la qualité et la diversité de l'information, nous proposons que le gouvernement fédéral clarifie ses propres lois et précise le mandat de ses propres institutions.

Nous croyons que l'État doit se garder de mettre son nez dans les affaires internes des médias, serait-ce pour en assurer la diversité. Cependant, l'État peut recourir à des mesures qui favorisent la concurrence.

Le système canadien de radiodiffusion est composé d'éléments publics, privés et communautaires. Toutes ses composantes doivent être mises à contribution selon le Bloc Québécois.

6.1 Comité interne de surveillance

Un système global visant à contrôler la concentration des médias doit inclure une part d'autorégulation de l'entreprise privée.

Le Bloc Québécois demande que le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC) force les conglomérats à se doter d'un comité de surveillance ayant pour mission de faire respecter les codes d'éthique et de déontologie portant sur les relations entre les différentes entreprises membres d'un conglomérat. Les résultats des travaux de ces comités devraient être publiés annuellement.

6.2 Propriété étrangère

Nous croyons que l'élargissement de la propriété étrangère ne solutionnerait pas le problème de la concentration des médias. Au contraire, un assouplissement des restrictions sur la propriété étrangère et l'arrivée de capitaux neufs accélèreraient les processus de concentration.

Les créateurs du Québec qui ont témoigné devant le Comité se sont unanimement prononcés en ce sens.

> «... sans propriété canadienne des entreprises de radiodiffusion, il serait impossible de préserver l'intégrité du système et sa mission fondamentale, qui est de servir à sauvegarder, enrichir et renforcer la structure culturelle, politique, sociale et économique... »[23]

Nous sommes extrêmement inquiets que le Comité de l'industrie ait recommandé la libéralisation de la propriété étrangère en matière de télécommunication, et par la bande, la libéralisation des règles de propriété pour les entreprises de distribution de radiodiffusion.

Le Bloc Québécois recommande que la ministre du Patrimoine défende activement auprès de son collègue de l'Industrie le maintien des règles actuelles de propriété étrangère pour les télécommunications et la radiodiffusion.

Conclusion

Le système canadien de radiodiffusion semble avoir dévié de sa trajectoire : il est maintenant plus ouvert sur le monde mais aussi trop centré sur les grandes agglomérations, pendant que les collectivités locales et régionales se sentent oubliées. Est-ce nécessaire de rappeler que la programmation et la production locales et régionales sont des objectifs difficilement réalisables et voire même impossibles?

Les témoignages entendus nous ont fait constater l'incapacité du système de radiodiffusion à offrir de bien soutenir toutes les collectivités du Québec et du Canada, avec comme résultat, de ne pas avoir été en mesure de bien accompagner les communautés francophones hors Québec, les autochtones, certaines régions du Québec et du Canada, dans leur désir légitime de vouloir s'exprimer par le biais du système.

Ce qui nous amène à nous interroger sur le délicat équilibre à concilier l'objectif de préserver nos identités en adaptant le système aux nouvelles technologies et ce, dans le contexte de la mondialisation. Les enjeux à concilier s'avèrent nombreux et les défis actuels se projettent dans l'avenir. Il est même prévisible qu'ils vont s'amplifier. En fait, le système de radiodiffusion a besoin d'un sérieux redressement et de plus de souplesse pour arriver à répondre aux besoins des réalités culturelles qui s'expriment au Québec et au Canada. La mise en œuvre rapide des recommandations ne saurait à elle seule redresser le cap.

S'il y a une sphère d'activité où il faut être vigilant et ne faire aucun compromis, par rapport à la mondialisation, c'est bien dans le domaine culturel; pour certaines personnes, ce mot semble être la baguette magique qui guérit tout mais pour d'autres, ce qu'il cache de perte de démocratie et d'influence sur la culture devrait attirer l'attention. Pour comprendre l'impact de la mondialisation dans les institutions qui relèvent de la radiodiffusion, il faut chercher à qui cela profite; de plus, celle-ci tend à instaurer des conditions sur lesquelles les états ne sont pas consultés et à créer une ploutocratie, dirigée par un petit groupe.

Par conséquent, le Bloc Québécois reste convaincu que la souveraineté du Québec représente le meilleur moyen de protéger la culture québécoise et d'en assurer le développement dans le contexte actuel de l'expansion technologique et de la mondialisation des échanges commerciaux. Nous avons confiance que le talent québécois, soutenu par l'État québécois, saura s'adapter avec succès aux défis du XXIe siècle. Cependant, dans cette opinion complémentaire, nous proposons des recommandations, dans le cadre fédératif actuel, pour le mieux-être de la culture québécoise et de ses artisanes et artisans.

Nous conclurons en rappelant l'enthousiasme que suscite la culture québécoise pour sa créativité, son dynamisme et le rayonnement international de ses artistes.

Notes

1 Parti québécois, Programme, mai 2000, p. 30.
2 Parti libéral du Québec, De rempart à tremplin : Priorités d'actions politiques pour le secteur de la culture et des communications, Mars 2003, p. 12.
3 Assemblée Nationale du Québec, Commission de la culture, Mandat d'initiative portant sur *La concentration de la presse*, Novembre 2001, recommandation 6.
4 Notre souveraineté culturelle : Le deuxième siècle de la radiodiffusion canadienne, Rapport du Comité permanent du Patrimoine, mai 2003, recommandation 5.10.
5 *Loi sur la radiodiffusion*, mise à jour 31 décembre 2002, p. 3.
6 Ministère de la Culture et des Communications du Québec, Programme de soutien aux médias communautaires 2003-2004 dans calcul de la subvention.
7 *Loi sur la radiodiffusion*, version au 31 décembre 2002, p. 3.
8 Le reflet de notre avenir : Une étude des questions sur les ressources humaines dans le secteur culturel au Canada – Constats et recommandations, Mercadex international, décembre 2002.
9 *Idem*, résumé de la direction, p. 2.
10 xxx, Maîtriser notre espace pour contribuer à la diversité culturelle : Mémoire présenté au Comité du Patrimoine, le 15 août 2001, p. 16.
11 Anne-Louise Champagne, Le Soleil, 23 mars 2003.
12 Bernier, Ivan, La préservation de la diversité linguistique à l'heure de la mondialisation, Étude préparée pour le compte du ministère de la Culture et des Communications, publiée dans les Cahiers de droit de l'Université Laval, vol 42, no 4, décembre 2001, p. 930-960.
13 *Idem*.
14 Fédération nationale des communications CSN, L'État du système de radiodiffusion : Mémoire présenté au Comité du Patrimoine, le 15 août 2001, p. 13.
15 xxx, Maîtriser notre espace pour contribuer à la diversité culturelle : mémoire présenté au Comité du Patrimoine, 15 août 2001, p. 34.
16 Bâtir un Canada fier de son patrimoine pour le prochain millénaire, article 5.
17 Le Devoir, Mercredi 15 novembre 1995, p. A4.
18 Voir : Annexe au Rapport annuel 1998-1999, Bureau de l'ombudsman des Services français, Société Radio-Canada, Volume 2.
19 Rapport du Comité du Patrimoine, version 5, chapitre 6, p.11.
20 Assemblée Nationale, Commission de la culture, Mandat d'initiative portant sur *La concentration de la presse*, Novembre 2001.
21 Association des producteurs de films et de télévision du Québec, Association des réalisateurs et des réalisatrices du Québec, la SARTEC et l'APFTQ, Extraits du Comité du Patrimoine, mardi 3 décembre 2002.

APPENDICES

Procès-verbal

Le mardi 6 mai 2003

(*Séance nº 38*)

Le Comité permanent du patrimoine canadien se réunit aujourd'hui à huis clos, à 15 h 33, dans la salle 705 de l'édifice La Promenade, sous la présidence de Clifford Lincoln, président.

Membres du Comité présents : Jim Abbott, Paul Bonwick, Liza Frulla, Christiane Gagnon, John Harvard, Wendy Lill, Clifford Lincoln, Dennis Mills et Alex Shepherd.

Aussi présent: De la Bibliothèque du Parlement : Sam Banks et Joseph Jackson, attachés de recherche. *Consultant* : David Black.

Conformément à l'article 108(2) du Règlement, le Comité reprend son étude de l'état du système de radiodiffusion canadien (*voir le procès-verbal du 7 novembre 2002, séance nº 2*).

Le Comité reprend l'examen d'une ébauche de rapport.

Il est convenu, — Que le Comité adopte la version modifiée de l'ébauche de rapport en tant que rapport du Comité à la Chambre.

Il est convenu, — Que, conformément à l'article 109 du Règlement, le Comité demande au gouvernement de déposer une réponse globale à ce rapport.

Il est convenu, — Que le président soit autorisé à apporter au texte du rapport les changements de forme jugés nécessaires, sans en altérer le fond.

Il est convenu, — Qu'on fasse imprimer 2 500 exemplaires du rapport en anglais et 1250 exemplaires en français.

Il est convenu, — Que 3 000 exemplaires du rapport soient produits sur disque compact.

Il est convenu, — Que, conformément à l'article 108(1)*a*) du Règlement, le Comité autorise l'impression de courtes opinions dissidentes ou supplémentaires en annexe à ce rapport, immédiatement après la signature du président, et que les opinions en question soient envoyées au greffier du Comité sous forme électronique, dans les deux langues officielles, le ou avant le lundi 12 mai 2003.

Il est convenu, — Que le président ou son remplaçant soit autorisé à présenter le rapport à la Chambre.

Il est convenu, — Que le greffier du Comité organise une conférence de presse le jour du dépôt du rapport, après son dépôt.

À 17 h 20, le Comité s'ajourne jusqu'à nouvelle convocation de la présidence.

La greffière du comité
Christine Fisher

Le mardi 3 juin 2003

(Séance no 42)

Le Comité permanent du patrimoine canadien se réunit aujourd'hui à 9 h 08 (séance télévisée), dans la salle 253-D de l'édifice du Centre, sous la présidence de Clifford Lincoln, président.

Membres du Comité présents : Jim Abbott, Carole-Marie Allard, Paul Bonwick, Sarmite Bulte, Liza Frulla, John Harvard, Wendy Lill, Clifford Lincoln, Alex Shepherd et Chuck Strahl.

Membres substituts présents : Jocelyne Girard-Bujold pour Christiane Gagnon et Réal Ménard pour Caroline St-Hilaire.

Aussi présents : De la Bibliothèque du Parlement : Monique Hébert et Sam Banks, attachés de recherche.

À 10 h 15, la séance est suspendue.

À 10 h 20, la séance reprend à huis clos.

Le Comité discute de ses futurs travaux.

Il est convenu, — Que, étant donné que les opinions dissidentes ou supplémentaires de l'Alliance canadienne et du Bloc québécois ont été déposées de bonne foi après la date limite du 12 mai 2003 après en avoir avisé le greffier, le Comité accepte lesdits rapports pour les inclure à son rapport sur l'état du système canadien de radiodiffusion.

À 11 h, la séance est suspendue.

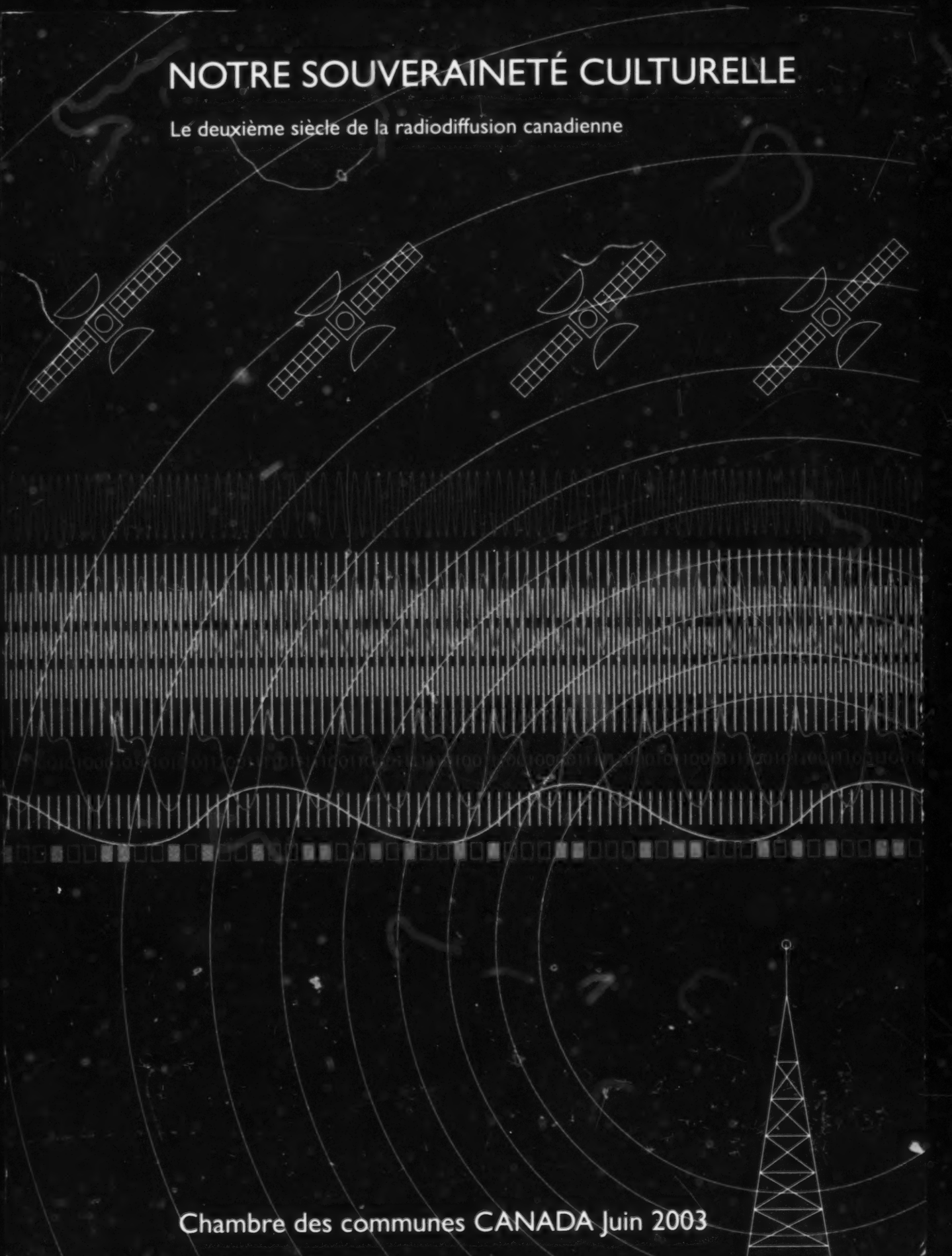
À 11 h 01, la séance reprend en public.

À 12 h 10, le Comité s'ajourne jusqu'à nouvelle convocation de la présidence.

La greffière du comité
Christine Fisher

NOTRE SOUVERAINETÉ CULTURELLE

Le deuxième siècle de la radiodiffusion canadienne



Chambre des communes CANADA Juin 2003